วิทยาลัยอินเตอร์เทคลำปาง
LAMPANG INTER-TECH COLLEGE
泰邦国际科技学院

การประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ

ครั้งที่ 3rd / The 3rd International Conference on

Science and Technology Innovation and Education Development

第三届国际科技创新与教育发展研讨会

INNOVATION | EDUCATION | COLLABORATION | DEVELOPMENT

2026年8月13日
AUGUST 13, 2026

กำหนดการสำคัญ / Important Dates

全文提交及注册截止日期
2026年7月26日
Full Paper Submission and Registration Deadline
July 26, 2026

日程公布日期
2026年8月10日
Schedule Announcement
August 10, 2026

会议日期
2026年8月13日
Conference Date
August 13, 2026

论文征稿主题 / Call for Papers

“科技创新与教育发展研讨会”主题涵盖教育、管理、艺术、工程、公共卫生、法律等各个学科，以及其他相关领域。

“International Conference on Science and Technology Innovation and Education Development” covers various disciplines such as education, management, art, engineering, public health, law, and other related fields. We sincerely invite you to focus on it and share your research, contributing to the promotion of international science and technology innovation and educational development.

中英文投稿邮箱 / Submission Email
1. 教育类投稿：ed@lit.ac.th
2. 管理类投稿：mgt@lit.ac.th
3. 艺术类投稿：art@lit.ac.th

主办单位与地点 / Venue

泰国格乐大学，曼谷，泰国
Krirk University, Bangkok, Thailand

南邦国际科技学院，南邦，泰国
Lampang Inter-Tech College : LIT

备注：

南邦国际科技学院相关专业硕士研究生（须知）

1：毕业论文开题答辩通过之后，参加的研讨会发表才能作为毕业条件

2：研讨会论文必须和毕业论文相关，才能作为毕业条件。

The 3rd International Conference on Science and Technology Innovation and Education Development

第三届国际科技创新与教育发展研讨会

2026 年 8 月 13 日

13 August 2026 09:00 am to 17:00 pm 2026 年 8 月 13 日 上午 9:00 至下午 17:00 Open Ceremony 开幕式 Location: International Conference Room Krirk University; Lampang Inter-Tech Conference Room, Lampang Inter-Tech College 地点：国际会议室			
	Time	Presenter	Title
1	8.45-9.00	Registration	
2	9.00-9.15	Video: Krirk University, Lampang Inter-Tech College, and AIBPM	
3	9.15-9.30	Traditional Thai and Myanmar dancing and performances by Thai and Myanmar students.	
4	9.30-9.35	Dr. John Walsh presents on behalf of the organizer, International College (British International College)	Welcome Address
5	9.35-9.40	Dr. Luo Yong, Vice President for China Relations, Krirk University, Thailand.	Welcome Address
6	9.40-9.45	Dr. Liem Gai Sin, President of the Association of International Business and Professional Management, Indonesia	Welcome Address
7	9.45-9.50	Dr. Phoom Srisook, Acting President of Lampang Inter-Tech College, Thailand	Welcome Address
8	9.55-10.15	Photo Ops, Socialization of Guests and Participants, and MOU Sign.	
9	10.15-10.30	Teatime break	
10	10.30-10.50	Dr. Ramona Blanes University of Glasgow, Scotland	Co-creating the Future: Tripartite Synergize for Sustainable Public Value in Education.
11	10.50-11.10	Prof. Dr. Salmi Mohd Isa Universiti Sains Malaysia, Malaysia	Neuromarketing for Sustainable Consumer Behaviour: Understanding the Brain Behind Green Decisions.
12	11.10-11.30	Dr. Firdous Ahmad Malik University of People, the United States of America. National Institute of Public Finance and Policy, India. Jindal Center for Global South, O.P.Jindal Global University, India	Generative AI and Enterprise Productivity: A Comparative Analysis of Developed and Emerging Economies.
13	11.30-11.50	Dr. Samriti Mahajan New Delhi Institute of Management, India Lingaya's Vidyapeeth, India	Digital Transformation in the Age of Generative AI: Strategies for

13 August 2026 09:00 am to 17:00 pm 2026 年 8 月 13 日 上午 9:00 至下午 17:00 Open Ceremony 开幕式 Location: International Conference Room Krirk University; Lampang Inter-Tech Conference Room, Lampang Inter-Tech College 地点：国际会议室			
	Time	Presenter	Title
			Sustainable Knowledge Management.
14	11.50-12.10	Dr. Liem Gai Sin, Ma Chung University, Indonesia	International Education with Global Virtual Team.
15	12.10-12.20	Dr. Wong Wong Ming presents on behalf of the organizer, International College (Nanyang Bangkok Business School)	Closing Remark
16	12.20 – 14.00	Lunch (Build 1, 2nd Floor)	

13 August 2026 : 14:00 pm to 17:00 pm at Lampang Inter-Tech College, Thailand **2026 年 8 月 13 日：14.00-17.00**				
17	13 Aug, 2026: 13:00pm to 14:00pm	Education & Physical 教育&体育 Session No： 分会场：	发表文章号: Education Administration Sector	地点:8201 室
18	13 Aug, 2026: 13:00pm to 14:00pm	Fine Arts & Musicology 艺术学&音乐学 Session No： 分会场：	发表文章号: Art Sector	地点: 8203 室
19	13 Aug, 2026: 13:00pm to 14:00pm	Management 公共卫生 Session No： 分会场：	发表文章号: Management Sector	地点: 8204 室



Assoc. Prof. Dr. Pornphan Chantaronanont

President

Krirk University, Thailand

INAUGURAL Welcome Address

Assoc. Prof. Dr. Pornphan Chantaronanont

I would like to express my sincere appreciation to everyone for your interest in and trust in Krirk University.

Throughout the years, Krirk University has remained committed to its guiding philosophy, “Wisdom for Society,” striving to cultivate graduates who possess not only academic excellence but also integrity, ethical values, and a strong sense of social responsibility.

The University is dedicated to continuously enhancing its teaching and learning practices through innovation, promoting research that generates new knowledge, providing academic services that address societal needs, and preserving and promoting arts and cultural heritage. Through these efforts, we aim to prepare our graduates to enter the professional world with confidence, pride, and a meaningful contribution to society.

At Krirk University, we firmly believe that sustainable development begins with quality education. We are committed to playing an active role in strengthening society, fostering stability, and advancing sustainable progress for future generations.

Dr. Liem Gai Sin

President

Association of International
Business and Professional
Management, Indonesia



Dr. Liem Gai Sin

Dr. Liem Gai Sin, is the Founder and President of the Association of International Business and Professional Management (AIBPM). The Association of International Business and Professional Management (AIBPM) is a global professional organization committed to advancing business, management, research, and professional development. AIBPM connects academics, researchers, practitioners, and institutions worldwide through international conferences, publications, training programs, and collaborative initiatives. It promotes knowledge exchange, global networking, and innovative practices to support sustainable growth and professional excellence.

He is also a full-time lecturer at the School of Business, Ma Chung University, Indonesia, and serves as a visiting professor at several universities in Indonesia and abroad. In addition to his academic career, he is the founder of the International Youth Collaboration (IYC) and actively manages businesses in logistics as well as export and import industries.

Under his leadership, AIBPM has grown into an international interdisciplinary organization dedicated to advancing research, education, training, and professional management practice. The association connects academics, researchers, professionals, business leaders, and government representatives across more than 25 countries, providing a global platform for conferences, scholarly publications, professional development, and international collaboration.

Dr. Liem has been actively involved in numerous research projects and has received various research grants, scholarships, and educational awards. His scholarly work has been published in reputable journals, including IEEE, APBITM, and JIBM, and he contributed a book chapter to The Handbook of Experiential Learning in International Business, published by Palgrave Macmillan in 2014. He has also served as a columnist for Entrepreneurship Magazine, an international editor of the International Journal of Applied Business and International Management (IJABIM), and an external reviewer for the Academy of International Business (AIB) and APBITM.

Beyond academia, Dr. Liem continues to contribute to business consulting, entrepreneurship, and international professional organizations. Through AIBPM, he has played a significant role in fostering global academic partnerships, promoting interdisciplinary research, supporting high-quality scholarly publications, and strengthening collaboration between universities, industries, and government institutions worldwide.



Dr. Phoom Srisook

Acting Principal of Inter-tech
College Lampang

Dr. Phoom Srisook

Dr. Phoom Srisook is currently the Acting Principal of Inter-tech College Lampang. He is a strategic leader in higher education development and innovation, committed to elevating the college to a world-class institution. He places great emphasis on quality education management, international collaboration, and concrete connections with industry. Leveraging his expertise in technology, engineering, logistics, and industrial management, Dr. Phoom is a key driver in developing international curricula that meet the needs of the modern economy. He also plays a vital role in continuously expanding educational and industrial cooperation with China. Furthermore, he is a leader in improving organizational quality according to the EdPEx (Education Criteria for Performance Excellence) standards to establish an efficient, transparent, and sustainable management system. As a strategic leader, Dr. Phoom is a key force driving the steady growth of Lampang Inter-tech College at the regional and international levels. He is dedicated to building an integrated educational ecosystem that combines educational institutions, industry, and technology, and cultivating truly globally competitive talent.



Dr Ramona Blanes

University of Glasgow, the United Kingdom

KEYNOTE SPEAKER

Dr Ramona Blanes

Dr. Ramona Blanes is a Senior Lecturer and Program Director of the Master of Global Business and the MBA and MSc in Europe-Asia Relations at the Adam Smith Business School, University of Glasgow, the United Kingdom. Her current research focuses on the transformative potential of tri-sector collaboration, which brings together the public, private, and civil sectors to drive systemic and sustainable change. She holds a Ph.D. and an MBA with a specialization in Islamic Banking and Finance.



Prof. Dr. Salmi Mohd Isa

Universiti Sains Malaysia, Malaysia

KEYNOTE SPEAKER

Prof. Dr. Salmi Mohd Isa

Professor Dr. Salmi Mohd Isa is a Distinguished Professor of Marketing at the Graduate School of Business, Universiti Sains Malaysia (USM). She earned her Ph.D. in Management from the University of Hull in the United Kingdom. Her research spans sustainable marketing, tourism marketing, neuromarketing, branding, and consumer behavior.



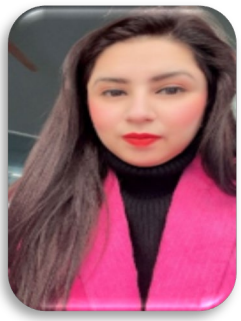
Dr. Firdous Ahmad Malik

University of People, the United State of America

KEYNOTE SPEAKER

Dr. Firdous Ahmad Malik

Dr. Firdous Ahmad Malik is an Assistant Professor of Economics at the University of People, the United States of America. He earned his Ph.D. from Babasaheb Bhimrao Ambedkar University, India, and his master's degree in economics from the University of Kashmir. His research focuses on microfinance, financial inclusion, financial literacy, development economics, financial economics, and public finance.



Dr. Samriti Mahajan

New Delhi Institute of Management, India

KEYNOTE SPEAKER

Dr. Samriti Mahajan

Dr. Samriti Mahajan is an Associate Professor at a management institute in New Delhi, India, and Benin, South Africa. Her research focuses on digital marketing, consumer behavior, sustainability, artificial intelligence in education, green technology, and financial inclusion.



Dr. Liem Gai Sin

Ma Chung University

KEYNOTE SPEAKER

Dr. Liem Gai Sin

Dr. Liem Gai Sin serves as the President of the Association of International Business and Professional Management, Indonesia (AIBPM) and is a Professor in the Faculty of Business Administration at Ma Chung University. He has published numerous articles in academic journals, including IEEE, APBITM, and JIBM, and contributed a chapter to The Handbook of Experiential Learning in International Business.

Online Presentation:

Keynote Speaker	Title
Dr Wong Teik Aun INTI International University, Malaysia	Higher Education in the World of AI.
Dr Nwaogu Chan Man Hin Technological and Higher Education Institute of Hong Kong, Hong Kong	Skill and Knowledge Development Through Business Simulation Competitions: Advancing Students' Self-Determination Competencies.
Dr. Ajay Kumar Patel Institute of Management Studies (IMS) Ghaziabad- B School, India	The Intelligent Enterprise GenAI and Digital Transformation in the Knowledge Economy.
Dr. Işıl Demirtaş Giresun University, Turkey	Rewiring Green Growth: How Generative AI is Reshaping Sustainable and Inclusive Development.



Dr. Wong Teik Aun

INTI International University, Malaysia

WEBINAR SPEAKER

Dr. Wong Teik Aun

Dr. Wong Teik Aun holds a Ph.D. in Corporate Social Responsibility (CSR) and Philanthropy from Universiti Sains Malaysia (USM). His research interests and areas of expertise include Corporate Social Responsibility (CSR), Environmental, Social, and Governance (ESG), social capital, small business, entrepreneurship, social enterprise, teaching and learning, and environmental conservation. He earned a Master of Business Administration (MBA) from Universiti Utara Malaysia (UUM) and a Bachelor of Arts (Cum Laude) in Asian Studies from Pomona College, USA. In addition, he has pursued further studies at the University of Oxford in the United Kingdom and Nanjing University in China.



Dr. Nwaogu Chan Man Hin

Technological and Higher Education Institute of Hong Kong, Hong Kong

WEBINAR SPEAKER

Dr. Nwaogu Chan Man Hin

Dr. Eve Chan is an Assistant Professor at the Technological and Higher Education Institute of Hong Kong (THEi). She earned her Ph.D. in Marketing and Fashion and Textile Retailing from The Hong Kong Polytechnic University. Her research focuses on international trade, fashion and textiles, econometric modeling, artificial intelligence (AI), and the Belt and Road Initiative (BRI).



Dr. Ajay Kumar Patel

Institute of management studies (IMS) Ghaziabad- B School, India

WEBINAR SPEAKER

Dr. Ajay Kumar Patel

Dr. Ajay Kumar Patel currently serves as a Professor and Dean of Research at IMS Ghaziabad – B School, India. His areas of expertise broadly encompass corporate finance, financial analysis, risk management, and valuation. Dr. Patel has published academic research articles in scholarly journals.



Dr. Işıl Demirtaş

Giresun University, Turkey

WEBINAR SPEAKER

Dr. Işıl Demirtaş

Dr. Işıl Demirtaş is an Associate Professor in the Department of Economics at Giresun University. She received her Ph.D. in Economic Policy from Marmara University in 2015. She also received a TUBITAK scholarship and worked as a visiting researcher at the University of Michigan from October 2016 to September 2017. Her research interests include macroeconomics, energy economics, economic policy, green economy, and sustainable development.

目录

教育管理 1

艺术学 123

工商管理 190

教育管理

人工智能赋能珠宝类专业人才培养模式的研究——以滇西应用技术大学珠宝学院为例

Research on the Talent Training Model of Jewelry Majors Empowered by Artificial Intelligence—A Case Study of the Jewelry College of West Yunnan University of Applied Sciences

郭煜 泰国南邦国际科技学院 教育系 邮箱：532517826@qq.com

Yu Guo, International College, Lampang Inter-Tech College, Thailand.Email:532517826@qq.com

摘要：在职业教育高质量发展、珠宝产业数字化转型与人工智能技术深度渗透的三重背景下，传统珠宝类专业人才培养模式面临课程与产业需求脱节、实训资源不足、协同育人深度不够等瓶颈。本文以滇西应用技术大学珠宝学院为案例，采用文献研究法、案例分析法与实证调研法，系统剖析学院现有“实训 — 实践 — 创新”三阶培养模式的现状与问题，基于协同创新理论、能力本位教育理论，构建人工智能赋能下“政校企行”四方协同、“岗课赛证 +AI+ 非遗”三位一体的珠宝类专业人才培养创新模式。研究聚焦课程体系智能化升级、实训平台数字化重构、师资队伍 AI 素养提升、协同机制数据化优化四大核心路径，为珠宝类应用型人才培养的数字化转型提供实践参考，也为同类边疆应用型高校的人才培养改革提供借鉴。

关键词：人工智能；珠宝专业；人才培养模式；产教融合；数字化转型

Abstract: Under the triple background of the high-quality development of vocational education, the digital transformation of the jewelry industry, and the in-depth penetration of artificial intelligence technology, the traditional talent training model for jewelry majors is facing bottlenecks such as the disconnection between courses and industrial needs, insufficient training resources, and insufficient depth of collaborative education. Taking the Jewelry College of West Yunnan University of Applied Sciences as a case, this paper adopts literature research method, case study method and empirical research method to systematically analyze the current situation and problems of the college's existing three-stage training model of "training-practice-innovation". Based on the collaborative innovation theory and competency-based education theory, this paper constructs an innovative talent training model for jewelry majors featuring four-party collaboration of"government-enterprise-school-industry"andtrinityof"post-course-competition-certificate + AI + intangible cultural heritage" empowered by artificial intelligence. The research focuses on four core paths: intelligent upgrading of curriculum system, digital reconstruction of training platform, improvement of teachers' AI literacy, and data-based optimization of collaborative mechanism, so as to provide practical reference for the digital transformation of applied talent training in jewelry

majors and reference for the talent training reform of similar border applied colleges and universities.

Keywords : Artificial Intelligence; Jewelry Major; Talent Training Model; Industry-Education Integration; Digital Transformation

1.引言

随着《国家职业教育高质量发展行动计划》的深入实施，产教融合、数字化转型成为应用型人才培养的核心导向。珠宝产业作为滇西地区的特色优势产业，依托腾冲市 “中国翡翠第一城”“琥珀之都” 的产业定位，已形成完整产业链，但产业转型升级过程中对数字化设计、智能鉴定、跨境电商运营等复合型人才的需求日益迫切（滇西应用技术大学自评报告，2025）。滇西应用技术大学珠宝学院作为边疆应用型院校的代表，自 2017 年办学以来构建了珠宝文创专业群与“实训 — 实践 — 创新”三阶培养模式，毕业生年终去向落实率达 95.9%，用人单位满意度达 97%，但仍面临课程更新滞后于产业技术变革、实训平台数字化水平低、师资 AI 应用能力不足等问题。

人工智能技术的快速发展为解决上述问题提供了新路径。虚拟仿真、机器学习、大数据分析等技术能够打破传统教学的时空限制，实现课程内容与产业需求的实时对接、实训资源的高效利用与协同育人的深度升级。本文以滇西应用技术大学珠宝学院为案例，探索人工智能赋能珠宝类专业人才培养的创新模式，旨在推动人才培养与珠宝产业数字化转型精准适配，为边疆应用型高校特色专业的高质量发展提供可复制、可推广的经验。

2. 核心概念与理论基础

2.1 核心概念界定

2.1.1 人工智能赋能人才培养

人工智能赋能人才培养是指将人工智能技术深度融入课程体系、教学过程、实训实践、评价机制等人才培养全环节，通过智能化手段优化教学资源配置、提升教学效率、精准匹配产业需求，实现从“知识传授”向“能力培养”的转型，培养适应数字化时代要求的复合型人才（钟秉林，2019）。

2.1.2 珠宝类专业数字化人才

珠宝类专业数字化人才是指兼具扎实的珠宝专业理论与技能、熟练运用人工智能设计软件、智能鉴定设备、数字化营销工具，能够适应珠宝产业数字化转型需求，从事智能设计、精密数控加工、智能鉴定、跨境电商运营等工作的高素质应用型人才（王永生，2022），其核心素养包括专业技能、AI 应用能力、创新思维、工匠精神与跨文化沟通能力。

2.2 理论基础

2.2.1 协同创新理论

协同创新理论强调政府、企业、学校、行业协会等多元主体通过资源共享、优势互补形成协同效应，实现共同发展（李培根，2015）。人工智能技术能够搭建多元主体协同育人的数字化平台，打破时空壁垒，实现课程共建、资源共享、成果共转化，提升协同育人的效率与深度。

2.2.2 能力本位教育理论

能力本位教育理论以职业能力为核心，围绕岗位需求设计课程体系与教学内容，注重学生实践能力与职业素养的培养（刘春生，2021）。人工智能赋能下的人才培养模式可通过精准分析岗位能力需求，构建模块化、个性化的课程体系，实现人才培养与岗位需求的精准对接。

2.2.3 产教融合生态理论

产教融合生态理论将产教融合视为动态平衡的生态系统，强调教育生态、产业生态、政策生态的协同发展（周建松，2023）。人工智能技术能够打通教育链与产业链的数据壁垒，实现产业需求与人才培养的实时反馈与动态调整，构建可持续发展的产教融合生态。

3. 滇西应用技术大学珠宝学院人才培养现状与瓶颈

3.1 人才培养现状

滇西应用技术大学珠宝学院依托滇西珠宝产业优势，构建了珠宝文创、运动康旅两大专业群，开设珠宝及材料工艺学、珠宝首饰设计与工艺、珠宝首饰工程技术（全国首个职业本科专业）等 10 个本科专业，与 78 家企业共建 40 个实习实训基地，形成“引企入校”“岗课赛证融合”“非遗+教育”等特色做法(办学特色与亮点, 2025)。

学院现有自有专任教师 150 人, 其中硕士及以上学位占比 85.34%,“双师型”教师 38 人；近三年毕业生年终去向落实率达 95.9%，专业对口率 73%，学生获国家行业协会类荣誉 88 项、省级荣誉 116 项（办学情况汇报，2025）。在产教融合方面，学院引进驻校企业 9 家，共建珠宝创新研发与人才培养中心，共同开发课程 8 门，申请专利 12 项，实现了 “学习即工作、作品即产品”的育人目标。

3.2 人才培养瓶颈

3.2.1 课程体系与产业数字化需求适配不足

随着珠宝产业数字化转型，3D 打印、智能鉴定、数字化营销等新技术在课程中体现不足，仅有 30% 的学生认为课程内容能及时反映行业新技术；跨文化课程与 AI 应用课程缺失，60% 的企业认为毕业生跨文化业务能力与数字化应用能力需加强。

3.2.2 实训平台数字化水平低

现有实训设备以传统加工、鉴定设备为主，数字化实训平台（如虚拟仿真、在线实训）建设滞后，55% 的学生认为实训设备更新不及时；受经费与场地限制，高端珠宝设计、跨境贸易实训等项目无法满足所有学生需求，35% 的学生认为实训机会不均等（自评报告，2025）。

3.2.3 师资队伍 AI 素养与实践能力短板

学院自有专任教师中，具备企业工作经历的“双师型”教师占比仅 25.3%，部分教师实践能力薄弱；仅有 2 名教师具备 AI 相关培训经历，难以满足数字化人才培养需求，50%的企业认为教师行业经验与数字化教学能力有待提升。

3.2.4 协同育人机制数据化支撑不足

“政校企行”四方协同多为项目式合作，缺乏制度化与数据化保障，65% 的学院管理人员认为协同育人机制不健全；教学质量监控多聚焦校内教学，缺乏基于产业数据的多元评价机制，55% 的行业专家认为人才培养质量评价与行业标准脱节。

4. 人工智能赋能珠宝类专业人才培养模式创新

以滇西应用技术大学珠宝学院的人才培养基础为依托，结合人工智能技术的优势，构建“1 个核心目标 ＋4 大赋能路径 ＋3 大保障机制”的人才培养创新模式，实现人才培养的数字化、智能化转型。

4.1 核心目标

聚焦珠宝产业数字化转型需求，培养兼具“专业技能 ＋AI 应用能力 ＋创新思维+工匠精神”的复合型数字化人才，实现人才培养与产业需求的精准匹配，助力滇西珠宝产业高质量发展与学院“一流国门学院”建设。

4.2 四大赋能路径

4.2.1 课程体系智能化升级

构建“岗课赛证 ＋AI＋ 非遗” 一体化模块动态优化课程内容：对接珠宝产业数字化趋势，增设《AI 珠宝设计》《智能珠宝鉴定技术》《数字化营销与跨境电商》等课程，邀请企业专家与 AI 技术专家共同制定课程标准，每两年更新一次课程内容，确保课程与岗位需求同步。

构建模块化课程结构：设置“专业基础模块 ＋AI 核心技能模块+非遗传承模块+创新拓展模块”，其中 AI 核心技能模块涵盖 AI 设计软件操作、智能鉴定设备应用、大数据分析等内容；非遗传承模块融入傣族银饰、玉雕等技艺，开设《AI＋ 非遗创新设计》课程，培养学生的文化传承与创新能力。

深化“岗课赛证”AI 融合：将企业岗位标准、技能竞赛内容、职业证书考核要求与 AI 技术深度融合，例如将“卞和杯”玉雕大赛评审标准融入 AI 设计课程，利用 AI 系统模拟竞赛场景进行实训；将珠宝鉴定师（GIC）证书考核内容嵌入智能鉴定实训课程，通过 AI 系统实现实时考核与反馈，提升学生双证书获取率（目前已达 82%）。

4.2.2 实训平台数字化重构

打造 “三阶递进 ＋AI 虚拟仿真”实训体系升级基础层实训：建设数字化实训中心，引入 3D 打印、智能雕刻、虚拟仿真鉴定等先进设备，配备 AI 教学辅助系统，实现核心技能的智能化实训；依托校内 44 个实验实训室与 9 家驻校企业，开发珠宝设计、加工、鉴定等虚拟仿真实训项目，弥补实体设备不足的短板。

优化进阶层实训：构建 “企业真实项目库 ＋AI 协同实训平台”，推动学生全程参与企业真实项目的数字化设计、生产与销售；与云南舍相工艺美术有限公司等企业合作，开发数字化设计协同平台，实现学生与企业导师的实时互动与项目对接。

拓展创新层实训：设立 “AI＋ 珠宝创新基金”，支持学生利用 AI 技术开展非遗创新、数字化设计等创业项目；建设省级大学生创业平台与保山市众创空间，将毕业设计、科研成果通过 AI 平台转化为商业产品，培育学生创新精神。

4.2.3 师资队伍 AI 素养提升

实施“双师型 ＋AI 赋能”培育计划，完善 AI 素养培训机制：每年选派 3-5 名教师赴海外珠宝院校或 AI 企业培训，学习先进教学理念与技术；与中国地质大学（武汉）等帮扶高校合作，开展 AI 教学能力专项培训，覆盖全体专任教师。

强化“双师型”教师培养：实施“教师企业挂职计划”，要求专业教师每两年到企业挂职不少于 3 个月，积累行业数字化实践经验；设立“企业导师特聘岗”，引进珠宝行业技术骨干与 AI 专家担任全职或兼职教师，参与课程教学与实训指导。

发挥银龄教师传帮带作用：依托 52 名银龄教师（目前在聘 19 人）的教学与科研经验，指导青年教师开展 AI 课程开发与教学改革，提升青年教师的 AI 应用能力与教学水平。

4.2.4 协同育人机制数据化优化

搭建“政校企行” AI 协同平台，建立数字化协同平台：组建“珠宝产业产教融合理事会”，由政府、企业、学校、行业协会代表共同组成，通过 AI 平台统筹人才培养、科研创新、产业服务等工作；制定《政校企行协同育人管理办法》，明确各方职责与权利，建立长效合作机制。

强化数据化协同作用：政府通过平台加大经费投入，设立产教融合专项基金；企业通过平台发布人才需求与真实项目，参与课程开发与质量评价；行业协会通过平台制定人才培养标准与行业规范，组织技能竞赛与职业认证；学校通过平台优化人才培

养方案，提供教学与科研资源。

构建数据化质量监控体系：整合校内教学数据与企业产业数据，建立“过程性考核+终结性考核+产业反馈”的多元评价机制；利用 AI 系统对学生学习过程、实训效果、就业质量进行实时监测与分析，形成“数据采集 — 分析 — 反馈 — 改进”的闭环管理。

4.3 实践成效预期

人才培养质量提升：毕业生 AI 应用能力与数字化技能显著增强，专业对口率提升至 80% 以上，用人单位满意度保持在 97% 以上；学生在各类技能竞赛中的获奖数量年均增长 15%。

产教融合深度深化：政校企行协同育人的效率提升 30%，企业参与课程开发与实训指导的比例提升至 50% 以上；科研成果转化效率提升 25%，为滇西珠宝产业输送更多数字化人才。

办学特色凸显：形成“AI + 珠宝 + 非遗”的独特办学特色，成为云南乃至全国珠宝类专业数字化人才培养的示范基地，助力学院“职教出海”战略实施，扩大留学生招生规模。

5. 保障机制

5.1 制度保障

制定《人工智能赋能珠宝类专业人才培养改革实施方案》《AI 课程建设管理办法》《双师型教师 AI 素养考核标准》等制度，明确人才培养改革的目标、任务与责任分工；将 AI 教学与科研成果纳入教师考核评价体系，激发教师参与改革的积极性。

5.2 资源保障

争取政府与企业资金支持，设立 AI 人才培养专项基金，用于数字化实训平台建设、教师培训与学生创新项目资助；与京东集团、周大福珠宝等企业合作，共建 AI 实训基地与产业学院，共享数字化资源与技术。

5.3 质量保障

建立 AI 人才培养质量监控委员会，由校内专家、企业代表、行业协会专家组成，定期对课程体系、实训效果、师资素养等进行评估；利用 AI 系统对人才培养全过程进行实时监控，及时发现问题并整改，确保培养质量持续提升。

6. 结论

人工智能技术为珠宝类专业人才培养模式改革提供了重要机遇，滇西应用技术大学珠宝学院作为边疆应用型院校，依托产业优势与现有办学基础，通过课程体系智能

化升级、实训平台数字化重构、师资队伍 AI 素养提升、协同育人机制数据化优化四大路径，构建了 “岗课赛证 ＋AI＋ 非遗” 三位一体的人才培养创新模式。该模式能够有效解决传统人才培养中课程与产业脱节、实训资源不足、协同育人深度不够等问题，实现人才培养与珠宝产业数字化转型的精准适配。

未来研究可进一步拓展 AI 技术在珠宝类专业人才培养中的应用场景，如利用 AI 进行个性化教学方案制定、跨文化沟通智能辅助等；同时，可选取国内外多所珠宝类应用型院校进行对比研究，验证创新模式的普适性，为职业教育数字化转型提供更全面的理论与实践支撑。

参考文献

[1] 钟秉林(2019)。高等教育人才培养模式改革的探索与实践。教育研究, 40 (1), 10-18。

[2] 王永生(2022)。应用型人才培养的理论与实践。高等教育出版社。

[3] 李培根(2015)。协同创新与工程教育改革。高等工程教育研究。(1).1-5。

[4] 刘春生(2021)。职业教育学 (第 4 版)。教育科学出版。

[5] 周建松(2023)。产教融合生态论。高等教育出版。

[6] 陈明、李娜（2023）。珠宝产业数字化转型背景下应用型人才培养模式创新[J]. 宝石和宝石学杂志(Journal of Gems & Gemmology)。67-7。

[7] 刘洪波、王丽（2021）。珠宝类专业产教融合人才培养模式的实践与探索——以某应用型本科院校为例[J]. 宝石和宝石学杂志(Journal of Gems & Gemmology)。23(3): 78-84。

[8] 教育部职业教育与成人教育司（2021）。产教融合实训基地建设指南[M]。北京: 高等教育出版社。

[9] 张敏、李娟（2022）。行业协会在产教融合中的作用机制研究[J]。中国职业技术教育。(12): 68-72。

[10] 李梦卿、任寰（2020）。应用型人才培养中“岗课赛证”融合的逻辑与路径[J]. 高等教育研究。41(10): 80-86。

[11] 王艳、李建峰（2021）。“岗课赛证”融合视角下珠宝专业课程体系优化研究[J]。职业技术教育。42(26): 34-38。

[12] Porter, M. E (2001)。Strategy and the internet. Harvard Business Review。79 (3), 62-78。

[13] Smith, J. (2020)。Jewelry design education: Integration of traditional craftsmanship and modern innovation. International Journal of Art & Design Education。 39 (2), 189-203。

[14] Yin, R. K. (2018). Case study research: Design and methods (6th ed.). Sage Publications。

校园活动参与对职业本科学生学习投入的影响研究——自我效能感的中介效应

The Impact of Campus Activity Participation on Learning Engagement among Vocational Undergraduate Students: The Mediating Role of Self-Efficacy

作者 蓝彬彬 泰国南邦国际科技学院 国际学院 邮箱：644373703@qq.com

Author Name: Lan Binbin, International College, Lampang Inter-Tech College, Thailand.
Email:644373703@qq.com

摘要：近年来，职业本科教育作为我国高等教育体系中的重要组成部分，其人才培养质量受到社会各界的广泛关注。职业本科学生兼具职业性与学术性的双重特征，这一群体在校园生活中的活动参与状况是否影响其学习投入程度，是值得深入探讨的问题。本研究以社会认知理论为分析框架，聚焦校园活动参与度对职业本科学生学习投入的影响机制，引入自我效能感作为中介变量，构建校园活动参与度、自我效能感与学习投入之间关系的理论模型，并采用结构方程模型方法进行实证检验。研究发现，校园活动参与度对职业本科学生的学习投入具有显著的正向影响；自我效能感在校园活动参与度与学习投入之间发挥显著的中介作用；不同性别、年级和专业背景的学生在校园活动参与度和自我效能感方面存在显著差异。本研究揭示了校园活动参与度影响职业本科学生学习投入的作用路径，为职业本科院校提升人才培养质量提供了实证依据。

关键词：校园活动参与度；职业本科学生；学习投入；自我效能感；中介效应

Abstract: In recent years, vocational undergraduate education has become an important component of China’s higher education system, and the quality of talent cultivation in this sector has drawn widespread attention from all sectors of society. Vocational undergraduate students are characterized by a dual nature—both vocational and academic—and whether their participation in campus activities affects their level of learning engagement is a question worthy of in-depth exploration. Grounded in Social Cognitive Theory, this study constructs a theoretical model examining the relationships among campus activity participation, self-efficacy, and learning engagement, with self-efficacy introduced as a mediating variable. The proposed model is empirically tested using structural equation modeling. The findings reveal that campus activity participation has a significant positive effect on vocational undergraduate students' learning engagement; self-efficacy plays a significant mediating role between campus activity participation and learning engagement; and there are notable differences in campus activity participation and self-efficacy across students of different genders, grade levels, and academic majors. This study uncovers the pathways through which campus activity participation influences learning engagement among vocational undergraduate students, thereby providing empirical evidence to support the improvement of talent cultivation quality in vocational undergraduate institutions..

Keywords: Campus Activity Participation; Vocational Undergraduate Students; Learning Engagement; Self-Efficacy; Mediating Effect

1. 引言

本研究旨在探究职业本科学生校园活动参与度对其学习投入的影响机制，重点检验自我效能感在二者关系中的中介作用。本研究试图回答以下几个问题。第一，校园活动参与度是否对职业本科学生的学习投入产生正向影响。第二，自我效能感是否在校园活动参与度与学习投入之间发挥中介作用。第三，不同人口统计学特征的职业本科学生在校园活动参与度、自我效能感和学习投入上是否存在差异。

1.1研究背景及意义

1.1.1研究背景

职业本科教育是我国高等教育在近年来的重要发展趋向。自 2019 年国务院印发《国家职业教育改革实施方案》明确提出开展本科层次职业教育试点以来，职业本科院校的数量逐步增加，招生规模不断扩大。截至 2025 年，全国已有数十所职业本科院校正式设立，在校生人数达到相当规模。校园活动是职业本科院校育人体系中的重要组成部分。各类社团活动、学术竞赛、文体赛事、志愿服务和社会实践等活动形式，为学生提供了课堂之外的发展空间。然而，校园活动参与究竟在多大程度上影响了学生的学习行为和学习状态，是一个有待回答的问题。学习投入作为衡量学生学习过程质量的重要指标,反映了学生在学习活动中付出的精力和时间，以及其在学习过程中的情感体验和认知参与。对于职业本科学生而言，学习投入不仅关系到学业成绩，更影响到其职业能力的形成和未来就业竞争力的获取。

校园活动参与度和学习投入之间的关系并非简单的直接作用。参与活动的经历可能通过改变学生对自身能力的认知评价而间接影响其学习投入。自我效能感是指个体对自己完成特定任务能力的信念。因此，自我效能感有可能是连接校园活动参与和学习投入的重要中介环节。当前关于职业本科学生群体的研究大多集中于培养模式、课程设置或就业质量等宏观议题，针对学生学习心理和行为机制的微观研究尚显不足。基于上述背景，本研究以职业本科学生为研究对象，考察校园活动参与度对学习投入的影响，并检验自我效能感在两者之间的中介作用。

1.1.2 研究意义

本研究的理论意义主要体现在两个方面。一方面，研究将社会认知理论中的自我效能感概念引入校园活动参与与学习投入的关系分析中，有助于揭示二者之间作用的内在机制。本研究通过引入自我效能感这一内部心理变量，能够更全面地解释校园活动参与如何转化为学习行为的改变。另一方面，本研究选择职业本科学生这一特定群体作为研究对象，拓展了学习投入研究的适用范围。

本研究的实践意义在于为职业本科院校的学生管理和活动组织提供参考。职业本科院校在注重学生技术技能培养的同时，也需要关注学生的学习动力和心理状态。如果校园活动参与确实通过自我效能感影响学习投入，那么学校在设计和管理校园活动时，就应当有意识地考虑活动对学生自我效能感的激发作用，使活动不仅具有娱乐性和社交性，更能成为增强学生学业信心的途径。

2 研究假设与设计

2.1 研究假设

本节根据上一部分对校园活动参与、自我效能感及学习投入等主要研究内容进行阐述的基础上，在计划行为理论与自我效能感理论基础上提出各变量间的关系假设。

2.1.1 校园活动参与与自我效能感的关系假设

根据 Bandura 的观点，人们的自我效能感是由四个基本方面发展而来的：直接的经验、替代的经验、说服性的话语和情感唤醒。而直接的经验是影响人们形成自我效能感的重要因素。当人亲自去完成某项工作并且获得了成功之后,这个正面的结果就会大大增强他对自己的信心，并且也会增加他对以后类似的情况的信心。学校是有很多不同种类的机会让学生们去尝试的地方，在社团活动中，在学术比赛中，在志愿服务中，他们经常会遇到并且解决许多问题。这样的经历可以让他们更好地了解自己，也可以帮助他们变得更加坚强以应对将来可能遇到的问题（Rempel, M，2021）。基于此，本研究提出如下假设，

H1，校园活动参与程度对职业本科学生的职业自我效能感有积极促进作用。

2.1.2 校园活动参与与学习投入的关系假设

计划行为理论认为，人们的行为受主观规范、行为态度以及感知行为控制等多方面因素影响的同时也会因行为的结果反馈改变对该对象的看法以及未来的相关意图。在校大学生参加校园活动的过程也是其预期目的与实际感受相互作用的过程，这会对他们的学习积极性以及价值观念产生重要影响（Luo, Q，2024）。而校园活动是高校教育的重要方面，它与课堂教学一起构成完整的育人过程，在职业教育中各种各样的实训类课程都具有非常强的职业指向性，通过把理论与实践结合起来让学生不仅学到必要的专业知识而且提高自己的动手能力和职业素养从而更好地实现知行合一的目标。因此本文做出如下假设：

H2，校园活动参与对职业本科学生的学习投入有积极促进作用。

2.1.3 自我效能感与学习投入的关系假设

自我效能理论说明个体对于自身能力的认识是如何通过认知、动机、情绪以及决策等方面来影响其行为。在认知上，高自我效能的人会用积极的方式来处理问题，他们制定更高目标并且对未来充满信心；在动机上，高自我效能的人更有动力去完成事情，在面临挫折时也能更好地坚持下去；从情绪上看，积极的情绪有助于缓解压力，降低焦虑等不良情绪给工作带来的负面影响；而在做决定时，他们更容易主动地接受有难度的任务或者情况以发挥潜力并不断进步（贾绪计，2020）。因此本文在此基础上提出一系列研究假设。

H3，自我效能感对职业本科学生的学习投入具有显著正向影响。

2.1.4 自我效能感的中介作用假设

基于以上三个假设，在此基础上构建了有中介变量模型。依据社会认知理论，人的行为是其内部的心理特征、外部环境条和个人的行为表现之间相互作用的结果。“校园活动参与”是外部环境因素，而“自我效能感”是主要中介变量，它在其中起到的作用是使“校园活动参与”对“学习投入”发生影响，“自我效能感”在这中间起到的是中介的作用，在校园活动中各种各样的实践活动可以大大提高学生们的自我效能感，从而促进他们的学习成绩。个体自我效能感的发展受多种因素影响，如以往成功经验、榜样的引导作用、积极反馈和积极情感体验等（谭敏，2019）。由此可得出这样结论，在此基础上，我们提出相应的假说进行检验。

H4，自我效能感在学校活动中所起的作用对职业本科学生的学习投入具有中介效应。

本文基于四个主要观点提出包括直接影响以及间接影响的整体模型，在这个模型里，学生的校园活动参与既可以对学习投入有独立作用也可以通过对自我效能感的影响而发生间接影响。这个模型详细说明了职业本科学生成绩提高的原因——即为何校园文化可以改变人的思维方式从而改善学习成绩，也为认识大学的文化对于学生产生的重要性提供有力支持。各个假设之间关系如图 3-1 所示。

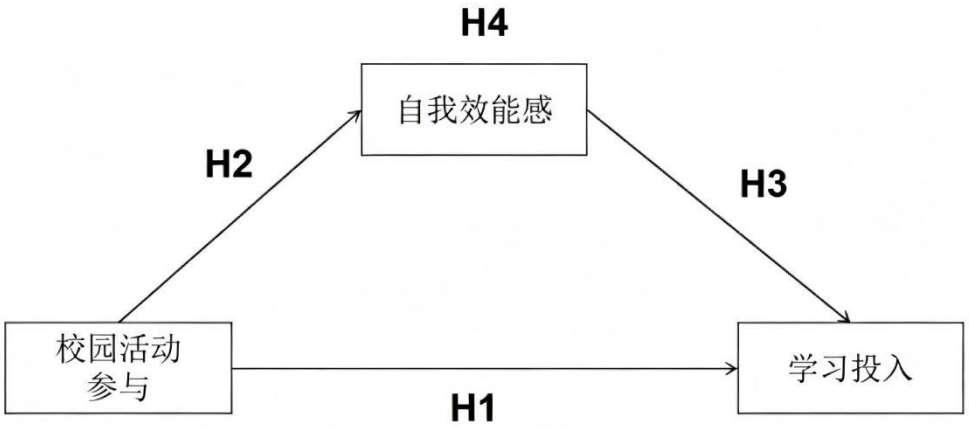


图 2.1 研究模型

2.2 研究设计

2.2.1 问卷设计

问卷设计共包含五个部分：个人基本信息、校园活动参与量表、自我效能感量表、学习投入量表。所有量表均采用五级李克特量表进行测量，从 1 分表示非常不符合到 5 分表示非常符合。

2.2.2 变量测量

大学生校园活动参与问卷以刘倩（2020）、詹勤新（2018）等人编制的问卷为基础，构建了《大学生校园活动参与问卷》，问卷内容共分为 3 个题目，归纳了发展性、体验性和自主性。该量表使用 Likert 五级评分制，由非常不同意到非常同意依次为 1 到 5 分，得分越高说明学生参加校园活动的积极性越高。

本研究所采用《一般自我效能感量表》是根据 Schwarzer 和 Aristi 编制的原量表改编而成，在中国由王才康等人进行了本土化改编和完善。该量表已被广泛应用于各种研究并且取得良好信效度结果。本量表包括 3 个题目，主要是用来测量被试者的学科学习中的自我效能感水平。“我认为自己可以取得较好的学习成绩”，“当我遇到学习上的问题时，我可以自己寻找答案”。问题都是通过 Likert 五级量表来评定，即“非常不同意”的得分为 1 分，“非常同意”的得分为 5 分，得分越高表示人对自己能力越有信心。

学习投入量表基于国外学者的研究成果而发展出来，在此基础上又根据中国的实际情况进行本土化改进和完善。该量表包括三个方面，即行为投入、情感投入以及认知投入，共有 3 个题目。“是否能够在学习中表现得非常积极主动？”、“遇到困难的时候能不能努力达到自己的学习目的？”、“能否长时间专心致志地做作业？”等问题。用 Likert5 点量表打分，“从不出现”到“总是出现”，分别是 1 到 5 分；得分越高说明被试者的学业投入程度越高。。

2.2.3 数据采集

本论文使用网络调研方法，在 2026 年 4 月到 5 月期间进行约两个月的时间进行调查工作，在线使用问卷星进行调查并通过微信、QQ 等方式向某职业技术学院的学生发放 500 份问卷，在设计问卷时增加逻辑检查功能防止无效问卷进入，通过初步分析发现共回收 462 份有效问卷，有 14 份由于作答时间过短或者前后矛盾以及不符合要求等原因排除在外，剩下 448 份合格问卷占所有样本的比例约为 97.3%，说明本次调查得到的数据可靠。

表 2.1 样本人口统计学特征

题项	题目	人数	比例
性别	男	236	52.7%
	女	212	47.3%
年级	大一	56	12.5%
	大二	230	51.3%
	大三	156	34.8%
	大四	6	1.3%
专业	理工类	261	58.3%
	文史类	27	6.0%
	经管类	106	23.7%
	艺术/教育类	54	12.1%
是否担任学生干部	是	189	42.2%
	否	259	57.8%
绩点	4.0 及以上	101	22.5%
	3.0～3.9	173	38.6%
	2.0～2.9	103	23.0%
	1.9 及以下	71	15.8%
每周参与校园活动时间	1 小时以下	188	42.0%
	1~3 小时	183	40.8%
	3~6 小时	45	10.0%
	6 小时以上	32	7.1%

本研究所使用的样本资料，在性别比例、年级层次、学科类型、是否担任学生干部、学习成绩以及在校园社团活动中所花费的时间等方面都具有很高的代表性与平衡性，该样本的数据属性符合统计学的要求，为进一步的研究奠定了良好的基础并提供了有力的支持。

3 数据分析与结果

3.1 信效度检验

3.1.1 信度检验

效度是用于检查问卷设计的有效性，效度越高，更有利于做进一步的分析研究。如果 KMO 值在 0.8 以上，说明此问卷效度非常高，适合做进一步分析;如果 KMO 的值在 0.7~0.8，说明适当性一般，也可做分析;如果 KMO 的值在 0.6 以下，就说明此问卷的效度较低，不太适合做进一步分析。 本研究的 KMO 值为 0.889，介于 0.8~0.9 之间，说明研究适当性极好，可以做进一步的分析研究（表 3.1）。

表 3.1 KMO 和巴特利特检验

KMO 取样适切性量数		0. 889
巴特利特球形度检验	近似卡方	2 880. 489
	自由度	55
	显著性	0. 000

信度分析主要是用来测量问卷的可信度，用来检验是否适合用来做进一步分析。一般认为，因子载荷大于 0.5 的问卷具有良好的效度，可做探索性因子分析。因此，删除了因子载荷小于 0.5 的题项。本文使用主成分分析方法获得初始因子，共提取出 4 个公因子。一般认为，α系数大于 0.7 时，说明可靠性已足够高，可以做进一步分析。本次调查问卷整体信度为 0.929，同时各潜变量α系数均大于 0.8，说明可靠性较高。另外，组合信度（CR）均为 0.8 以上，说明本文各变量具有很好的内部一致性。对聚合效度的评估，还可通过测量各题项的平均方差评估。当所有 AVE 值均大于 0.5 时，即认为测量满足聚合效度，本研究各变量的 AVE 值介于 0.6~0.8 之间，均大于 0.5，表明该模型的聚合效度良好（见表 3.2）。

表 3.2　测量模型检验

因子	变量	标准化载荷系数	平均方差萃取 AVE 值	组合信度 CR 值
校园活动参与	1.参与集体活动能够帮助我提升沟通与协作能力。	0.808	0.623	0.832
	2.在集体活动中，我能体验到强烈的归属感和团队荣誉感。	0.773		
	3.即使没有硬性要求，我也愿意积极参与集体活动。	0.786		
自我效能感	1. 我相信自己有能力在学习上取得好成绩。	0.763	0.616	0.828
	2. 我认为在学习中遇到问题自己有能力解决。	0.786		
	3. 和班上其他同学相比,我的学习能力还是比较强的。	0.805		
学习投入	1. 我能精力充沛的对待学习。	0.775	0.631	0.837
	2. 无论学习是否顺利，我都能坚持不懈。	0.792		
	3. 我能不间断的持续学习很长时间。	0.816		

注:问卷整体信度α系数=0.929。

3.1.2 效度检验

区分效度主要采用 Fornell-Larcker 准则和 HTMT 这两种方法检验区分效度。Fornell 和 Larcker 认为，当每个变量的 AVE 值的平方根大于模型中该变量和其他变量之间的相关系数，说明区分效度存在。HTMT 方法的支持者认为，两潜变量间的 HTMT 不超过保守阈值 0.85，说明区分效度存在。由表 3 可知，AVE 的值均大于该变量与其他变量之间的相关系数。由表 3.4 可知，HTMT 各值均小于 0.85。可见，本问卷具有较好的判别效度。

表 3.3　Pearson 相关与 AVE 平方根值

	校园活动参与	自我效能感	学习投入
校园活动参与	0.789		
自我效能感	0.389	0.785	
学习投入	0.5	0.623	0.794

表 3.4　HTMT 结果

潜变量	校园活动参与	自我效能感	学习投入
校园活动参与			
自我效能感	0.469		
学习投入	0.600	0.749	

3.2 模型检验与路径分析

在结构模型分析部分，卡方自由度比值低于 3，CFI、NFI、GFI 的值均大于 0.9，说明本文的理论模型与数据拟合效果较好。模型的路径系数及其显著性水平与拟合路径检验如表 3.5 所示。

表 3.5　结构模型检验

假设路径	标准化路径系数	SE	zz（CR 值）	P	假设验证结果
自我效能感←校园活动参与	0.467	0.068	7.048	0.000	支持
学习投入←自我效能感	0.46	0.066	6.863	0.000	支持
学习投入←校园活动参与	0.226	0.058	3.934	0.000	支持

注:→表示路径影响关系。

校园活动参与对学习投入影响的标准化路径系数为 0.226，且此路径呈现出 0.01 水平的显著性，说明校园活动参与会对学习投入产生显著的正向影响关系，H1 假设成立。这一结果验证了校园活动参与经历是职业本科学生学习投入形成的重要促进因素。

校园活动参与对自我效能感影响的标准化路径系数为 0.467，呈现显著性，说明校园活动参与会对自我效能感产生显著的正向影响关系，H2 假设成立。这表明职业本科学生在校园活动中的参与经历越丰富、参与程度越深入，学生越有可能对自身完成各类任务的能力产生更高的信念。

自我效能感对学习投入影响的标准化路径系数为 0.460，且呈现显著性，说明自我效能感会对学习投入产生显著的正向影响关系，H3 假设成立。这一结果揭示出，当职业本科学生对自己完成学业任务的能力持有较高信心时，学生在学习活动中投入的意愿和精力会显著增加。

3.3 中介效应检验

本文采用 Bootstrap 方法对中介效应进行检验，抽样次数设定为五千次，主要检验自我效能感在校园活动参与度与学习投入之间的中介作用。检验结果如表 6 所示。自我效能感在校园活动参与度对学习投入影响中的中介效应值为 0.223，在百分之九十五的置信区间内不包含零，说明中介效应显著。校园活动参与度不仅直接作用于学习投入，还通过提升学生的自我效能感间接促进学习投入的增加。自我效能感的提升是校园活动参与转化为学习投入的重要心理路径，这一发现验证了社会认知理论在本研究情境中的适用性。中介效应的占比数据表明，校园活动参与对学习投入的影响中约有三分之一是通过自我效能感这一中介变量实现的，其余部分为校园活动参与对学习投入的直接贡献。

表 3.6　Bootstrap 中介效应检验

路径	效应值	效应占比	SE	95%BootCI	检验结论
校园活动参与➔自我效能感➔学习投入	0.2012	39.25	0.0289	0.1466 ~ 0.2587	部分中介

3.4 人口统计学变量对各变量的差异性分析

利用 t 检验研究“性别”对于校园活动参与、自我效能感、学习投入的差异性（见表 7）。研究发现，不同性别对于校园活动参与、自我效能感、 学习投入均表现出一致性（P>0.05），并没有差异性。

单因素方差分析用于研究一定类变量对于定量变量的差异。利用方差分析研究专业、绩点、每周参与活动时间对于校园活动参与、自我效能感、社群归属、学习投入的差异性。结果发现，不同专业和绩点对于校园活动参与、自我效能感、学习投入均呈现出差异性（P<0.05），这是代际差异所造成的。不同专业阶段接受不同的文化熏陶和新鲜事物，这在一定程度上会影响被试者对各个变量的认识。绩点可能在一定程度上影响工作和每周参与活动时间水平，甚至在一定程度上影响学业水平。另外，不同每周参与活动时间对学习投入不会表现出差异性（P>0.05），但对校园活动参与、自我效能感呈现出差异性（P<0.05），这可能是因为每周参与活动时间的不同与绩点有一定关系，而绩点的不同会影响人们对事物的认知和态度。

表 3.7　各变量差异性分析结果

	性别		专业		绩点		每周参与活动时间	
	t	P	F	P	F	P	F	P
校园活动参与	-0.048	0.962	8.300	0.000**	6.870	0.000**	4.286	0.006**
自我效能感	0.150	0.881	10.694	0.000**	7.363	0.000**	9.376	0.000**
学习投入	-1.176	0.240	5.829	0.001**	5.325	0.001**	1.175	0.319

注:* 表示 P<0.05;＊＊ 表示 P<0.01。

研究发现，不同性别对于校园活动参与、自我效能感和学习投入均表现出一致性，并没有显著差异。

不同专业对于校园活动参与度、自我效能感和学习投入均呈现出显著差异。不同专业的学生在课程体系、培养目标和学习方式上存在较大差异，这些差异会影响学生对校园活动的关注点和参与取向，也会影响学生对自身完成学业任务能力的判断。理工类专业学生在实践操作和项目协作方面的训练较多，其在校园活动中的参与模式可能与人文类专业学生有所不同，而这一差异进而影响了自我效能感的形成和学习投入的程度。

不同学业成绩对于校园活动参与度、自我效能感和学习投入均呈现出显著差异。学业成绩在一定程度上反映了学生对所学知识的掌握程度和自我管理能力，成绩较高的学生往往具备较好的学习习惯和时间分配能力，这使得他们能够在学业任务和校园活动之间找到平衡。同时，良好的学业表现会增强学生对自身能力的信心，这种信心又会进一步激励学生在学习中投入更多的精力。

每周活动参与时间对于校园活动参与度和自我效能感呈现出显著差异，但对学习投入未表现出显著差异。这可能是因为学习投入的形成更多依赖于学生对学习任务本身的价值认同和内在兴趣，而非单纯由活动参与时间的多少所决定。每周活动参与时间的差异反映的是学生时间分配上的偏好，这种偏好与专业要求和学业压力存在一定关联，但与学习投入之间并不构成直接的线性关系。

4 研究结论与讨论

4.1 主要结论

本研究以社会认知理论为分析框架，将自我效能感作为中介变量引入校园活动参与度与学习投入的关系研究之中，构建了校园活动参与度、自我效能感与学习投入之间关系的理论模型，并通过结构方程模型进行了实证检验。研究主要得出以下结论。

第一，校园活动参与度、自我效能感与学习投入之间存在显著的正向关系。校园活动参与度是学习投入形成的重要外部条件，但校园活动参与度直接诱发学习投入的效应低于自我效能感对学习投入的驱动作用。这意味着职业本科学生的学习投入状态，在很大程度上是通过校园活动参与经历所激发的自我效能感间接实现的。

第二，自我效能感在校园活动参与度与学习投入之间发挥显著的中介作用。校园活动参与度可以通过提升自我效能感间接增强学生的学习投入水平。这一中介路径的检验结果验证了社会认知理论的核心命题，即个体的行为表现不仅受到外部环境的影响，还受到个体内部信念系统的调节。校园活动参与作为一种外部环境因素，其对学生学习投入的影响并非完全是直接的，而是通过改变学生对自身能力的认知评价来实现的。

第三，性别、专业和学业成绩的差异使得学生在校园活动参与度、自我效能感和学习投入方面表现出不同的特征。性别差异在一定程度上反映了男女学生在活动偏好和自我评价方式上的不同。专业背景的差异源于不同专业在培养目标和课程设置上的区别，这些区别会影响学生对校园活动的认知取向和参与意愿。

4.2 理论贡献与实践启示

本研究的理论贡献主要体现在以下方面。

首先，本研究将社会认知理论中的自我效能感概念引入校园活动参与与学习投入的关系分析中，为理解职业本科学生学习行为的形成机制提供了新的分析路径。已有研究多从外部环境因素或行为层面讨论校园活动对学生发展的影响，较少关注个体内部认知因素在活动参与和学习投入之间所扮演的角色。

其次，本研究揭示了自我效能感在校园活动参与度和学习投入之间的中介作用机制。研究发现，自我效能感的中介效应大于校园活动参与度的直接效应，这一发现加深了对校园活动如何影响学生学习状态的理解。校园活动对学生学习投入的促进效果不仅仅依赖于活动本身的丰富性和吸引力，更依赖于学生在活动参与过程中所获得的能力确认和信心提升。

本研究的实践启示在于，职业本科院校在设计和组织校园活动时，应当将学生自我效能感的提升作为重要的活动目标。活动的价值不仅在于丰富学生的课余生活，更在于为学生提供获得成功体验、增强自信心的机会。具体而言，学校可以在社团活动、学术竞赛、志愿服务和社会实践等各类校园活动中设置适当难度的任务,使学生在完成挑战性任务的过程中体验成就感。

参考文献

蔡林, 贾绪计. (2020). 学业自我效能感与在线学习投入的关系, 学习动机和心流体验的链式中介作用. *心理与行为研究*, 18(6), 805-811.

蔡文伯, 杨丽雪. (2019). 少数民族大学生学业自我效能感、学习策略与学业成就的关系研究. *民族教育研究*, 30(1), 83-90.

陈维芳, 吴彬, 蓝红霞, 等. (2024). 负性心理状况对护生学业倦怠的影响分析, 领悟社会支持的中介作用. *军事护理*, 41(6), 35-38.

戴小月, 陈友庆. (2018). 大学生课外活动参与现状及影响因素研究. *高教探索*, (8), 112-118.

高玉芳, 孙松蔚, 赵林, 等. (2023). 感知社会支持在老年人治疗负担和慢性病患者赋能间的中介作用. *中国护理管理*, 23(2), 161-166.

黄煜, 赵晋芳, 张涛, 等. (2022). 大学生主动性人格、核心自我评价和生涯适应力对职业期望的影响. *护理研究*, 36(24), 4404-4408.

刘贤伟, 谢思思, 顾佳怡. (2021). 工科大学生可持续职业期望的影响因素研究——基于社会认知职业理论的检验. *北京航空航天大学学报(社会科学版)*, 34(5), 124-133.

刘在花, 刘凤娥, 卢林鑫, 等. (2025). 社会支持对听障大学生生活满意度影响的机制. *中国特殊教育*, (2), 35-44.

罗太敏. (2013). 恋爱对免费师范生学习投入的影响——以西南大学本科免费师范生为例. *江西青年职业学院学报*, 23(2), 23-27.

任庆梅, 胡悦雯, 陈虹云. (2024). 学生的教师热情感知对英语课堂学习投入的影响——基于调节定向类型判别. *外语与外语教学*, (2), 37-48.

桑明, 王惠萍, 熊司琦, 等. (2019). 自我效能感在护理研究生职业期望和学习动

王才康,胡中锋,刘勇.一般自我效能感量表的信度和效度研究. 应用心理学,(1):37-40.

王婧宇, 吕少博, 赵阳. (2022). 医学生成就动机对择业焦虑的影响, 心理弹性和职业期望的链式中介作用. *中国健康心理学杂志*, 30(6), 925-930.

杨子豪. (2024). 国际学习投入测评研究进展与反思——基于国际文献的系统性综述. *开放教育研究*, 30(3), 109-119.

于智恒, 张玥. (2024). 21 世纪中国高等教育研究热点与展望——基于 CSSCI 数据分析. *河南大学学报(社会科学版)*, 64(1), 112-119.

詹勳新.(2018). 大学生集体荣誉感及其与班级活动参与度的关系研究.*重庆大学*.

张克顺, 江润杰. (2024). 大学生学业自我概念对学习投入的影响, 学业情绪的多重中介作用. *中国健康心理学杂志*, 32(7), 1088-1094.

张瑞红, 李俊茹, 赵紫燕. (2024). 公费师范生职业认同与学习投入的关系——学习动力的中介作用. *保定学院学报*, 37(4), 77-81.

周文霞, 郭桂萍. (2006). 自我效能感, 概念、理论和应用. *中国人民大学学报*, (1), 91-97.

Alrashidi, O. , & Alshammari, H. S. (2024). The effects of self-efficacy, teacher support, and positive academic emotions on student engagement in online courses among EFL university students. *Education and Information Technologies*, 30(6), 1-19.

Bandura, A. (1986). The explanatory and predictive scope of self-efficacy theory. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 4(3), 359-373.

Cong, Y. , Yang, L. , & Ergün, P. L. A. (2024). Exploring the relationship between burnout, learning engagement and academic self-efficacy among EFL learners: A structural equation modeling analysis. *Acta Psychologica*, 248(1), 104394.

Daniel, K. V. , & M. S. , G. (2024). Students' experiences of peer feedback practices as related to awareness raising of learning goals, self-monitoring, self-efficacy, anxiety, and enjoyment in teaching EFL and mathematics. *Scandinavian Journal of Educational Research*, 68(5), 904-918.

Elyashiv, A. R. , & Rozenberg, K. (2024). Fostering early career teachers' preparedness, self-efficacy and professional commitment: The role of teacher education. *Teaching and Teacher Education*, 148(1), 104691.

Fan, J. , Chang, Y. , Li, L. , et al. (2024). The relationship between medical staff burnout and

subjective wellbeing: The chain mediating role of psychological capital and perceived social support. *Frontiers in Public Health*, 12(1), 1408006.
Judge, T. A. , & Kammeyer-Mueller, J. D. (2012). On the value of aiming high: The causes and consequences of ambition. *Journal of Applied Psychology*, 97(4), 758-775.
Kalinowski, E. , Westphal, A. , Jurczok, A. , et al. (2024). The essential role of teacher self-efficacy and enthusiasm for differentiated instruction. *Teaching and Teacher Education*, 148(1), 104663.
Kerri-Lee, K. , & Hamish, C. (2008). Students engagement in first-year university. *Assessment & Evaluation in Higher Education*, 33(5), 493-505.
Khan, A. , Zeb, I. , Zhang, Y. , et al. (2024). Relationship between psychological capital and mental health at higher education: Role of perceived social support as a mediator. *Heliyon*, 10(8), e29472.
Kinnance, J. , & Pable, M. (1962). Family background and work value orientation. *Journal of Counseling Psychology*, 9(4), 320-325.
Lam, S. -f. , Jimerson, S. , Wong, B. P. H. , Kikas, E. , Shin, H. , et al. (2014). Understanding and measuring student engagement in school: The results of an international study from 12 countries. *School Psychology Quarterly*, 29(2), 213-232.
Mladen, K. , & George, D. (2001). A longitudinal assessment of college student engagement in good practices in undergraduate education. *Higher Education*, 42(3), 351-371.
Nan, Z. , Haoran, M. , Hongjian, C. , et al. (2023). Too-much-of-a-good-thing? The curvilinear associations among Chinese adolescents' perceived parental career expectation, internalizing problems, and career development: A three-wave longitudinal study. *Journal of Counseling Psychology*, 70(5), 605-618.
Natriello, G. (1984). Problems in evaluation of students and student disengagement from secondary school. *Journal of Research and Development in Education,* 17(4), 14-24.
Pham, M. , Lam, Q. B. , & Bui, N. T. A. (2024). Career exploration and its influence on the relationship between self-efficacy and career choice: The moderating role of social support. *Heliyon*, 10(11), e31808.
Wu, R. , Sun, X. , Huang, B. , et al. (2025). Unleashing the power of family socioeconomic status and perceived parental expectations: Predicting adolescents' career aspirations. *Social Psychology of Education*, 28(1), 38.
Yan, G. , & Juan, P. (2024). Effects of teacher support on math engagement among Chinese college students: A mediated moderation model of math self-efficacy and intrinsic value. *Children and Youth Services Review*, 156, 107369-107377.
Yang, Y. S. (2020). Effects of self-efficacy and self-control on internet addiction in middle school students: A social cognitive theory-driven focus on the mediating influence of social support. *Child Health Nursing Research*, 26(3), 357-365.
Zhang, H. , Liu, Y. , & Su, S. (2024). Schrödinger's Cat—Parallel experiences: Exploring the underlying mechanisms of undergraduates' engagement and perception in online learning. *Frontiers in Psychology,* 15(1), 1354641.
Zhang, W. , & Qin, M. (2024). University support environment, learning engagement, and the cultivation of undergraduate students' innovation capacity: Findings from PLS-SEM and fsQCA. *Frontiers in Educational Research*, 7(12), 23-34.

人工智能素养促进中国职业本科院校学生学习投入的作用机制与实践路径：学业自我效能感视角

Mechanisms and Practical Pathways Through Which Artificial Intelligence Literacy Promotes Learning Engagement among Students in Chinese Vocational Undergraduate Institutions: An Academic Self-Efficacy Perspective

黎庆光 泰国南邦国际科技学院 国际学院 邮箱：183747110@qq.com

LI Qing-guang, International College, Lampang Inter-Tech College, Thailand. Email: 183747110@qq.com

摘要：随着生成式人工智能、智能学习平台和教育数据分析工具持续融入高等教育，人工智能素养逐渐成为职业本科学生适应智能化学习环境、开展人机协同学习和应对职业技术变革的重要能力。本文采用文献分析法和理论分析法，基于社会认知理论，探讨人工智能素养促进学习投入的作用机制，并从学业自我效能感视角提出实践路径。研究认为，人工智能素养可通过改善学习资源获取与信息评价、增强专业任务控制和支持问题解决，为行为、情感和认知投入提供能力基础；学生在自主核验、修正和实践验证人工智能输出的过程中形成的成功经验、任务掌控感和积极能力归因，可能增强学业自我效能感，进而提高参与意愿、努力坚持和深度认知加工。该转化并非自动发生，仍受到课程内容、专业任务、工具依赖、教师支持、评价方式和伦理治理等因素制约。职业本科院校应构建认知、应用、评价与伦理协同发展的课程体系，将人工智能嵌入真实专业任务，通过递进任务、过程反馈和真实性评价增强学生学业自我效能感，并完善分层支持、教师发展、数据安全和学术诚信治理。

关键词：人工智能素养；学习投入；学业自我效能感；职业本科教育；社会认知理论

Abstract: As generative artificial intelligence, intelligent learning platforms, and educational data analytics become increasingly embedded in higher education, AI literacy has become an important competence for vocational undergraduate students. Using literature and theoretical analysis, this paper draws on social cognitive theory to examine the mechanisms and practical pathways through which AI literacy may promote learning engagement. AI literacy can provide a competence foundation for behavioral, emotional, and cognitive engagement by improving access to resources, information evaluation, task control, and professional problem solving. When students independently verify, revise, and test AI-generated outputs, successful task experiences, perceived control, and appropriate ability attribution may strengthen academic self-efficacy and, in turn, increase participation, persistence, and deep cognitive processing. This transformation is not automatic; it is conditioned by curriculum design, authentic professional tasks, technological dependence, teacher support, assessment, and ethical governance. Vocational undergraduate institutions should build a multidimensional AI literacy curriculum, integrate AI into authentic professional tasks, strengthen academic self-efficacy through progressive tasks and formative feedback, and improve differentiated support, teacher development, data protection, assessment, and academic integrity governance.

Keywords: AI literacy; learning engagement; academic self-efficacy; vocational undergraduate education; social cognitive theory

1. 绪论

1.1 研究背景

生成式人工智能、智能学习平台和教育数据分析工具正在改变大学生获取信息、理解知识和完成任务的方式。教育部等九部门（2025）提出推进教育智能化，重视学生高阶思维、判断能力和实践能力的培养。人工智能能够提供资源检索、知识解释、方案生成和即时反馈，但其输出也可能存在事实错误、算法偏差、情境适用性不足以及学术伦理风险。因此，学生不仅需要掌握工具操作，还需理解技术原理、识别能力边界、评价生成内容并承担使用责任。Long和Magerko（2020）将人工智能素养概括为理解、使用和评价人工智能的能力，UNESCO则从人本思维、人工智能伦理、技术与应用和系统设计等方面提出学生能力框架（Miao et al., 2024）。

职业本科教育兼具高等教育的理论性和职业教育的实践性，强调学生在课程、项目、实训和岗位情境中综合运用专业知识解决问题。人工智能可以辅助资料整理、方案比较、故障诊断和专业决策，但技术能力的提高并不等于学习质量和实践表现的同步提升。Lin等（2025）发现，职业院校学生的人工智能素养与数字学习能力和数字学习行为存在联系，但相关能力和行为并未必然转化为实践成绩。由此，人工智能素养如何进入真实学习过程，并进一步转化为主动参与、持续努力和深度思考，成为职业本科教育需要回答的问题。

1.2 问题提出与研究意义

学习投入是学生在学习活动中投入行为、情感和认知资源的综合状态。人工智能可以降低资料检索、内容整理和初步设计的操作负担，但工具使用次数、任务完成速度和成果数量不能直接代表学习投入。如果学生直接采用生成结果而缺少核验、整合和反思，人工智能可能提高表面效率，却未必促进真实的认知投入。社会认知理论认为，个体对自身能否完成任务的判断会影响任务选择、努力程度和行为坚持（Bandura, 1986, 1997）。学生合理使用人工智能解决问题并获得成功经验后，可能增强对自身学业能力的信心，进而更愿意参与学习和应对困难。

现有研究主要讨论人工智能素养的概念、测量和培养，也开始考察人工智能自我效能感、数字学习行为与学习投入之间的关系（Chiu et al., 2024; He et al., 2025; Ma & Chen, 2024）。但针对中国职业本科学生的研究仍较少，人工智能素养如何通过更广泛的学业自我效能感影响行为、情感和认知投入，尚缺少系统解释。本文将三个概念纳入社会认知理论框架，有助于揭示人工智能能力向学习行为转化的心理过程，也可为职业本科院校完善课程、任务、反馈、评价和治理机制提供参考。

1.3 研究方法与思路

本文采用文献分析法和理论分析法。文献材料主要包括人工智能素养、学业自我效能感、学习投入和职业教育数字化方面的学术研究，以及国际组织能力框架和教育政策文件。理论分析以社会认知理论及其自我效能机制为基础，解释人工智能素养、任务经验、学业自我效能感和学习投入之间的联系。文中涉及课程、项目和实训的情境仅用于说明理论逻辑，不作为独立的实证证据。

文章按照“概念界定—机制分析—障碍诊断—路径设计”的思路展开。首先界定人工智能素养、学习投入和学业自我效能感，构建理论分析框架；其次分析人工智能素养对行为、情感和认知投入的作用方式，以及学业自我效能感的心理传导作用；再次讨论课程、任务、工具依赖、教师支持、评价和伦理治理方面的现实障碍；最后提出相应实践路径。

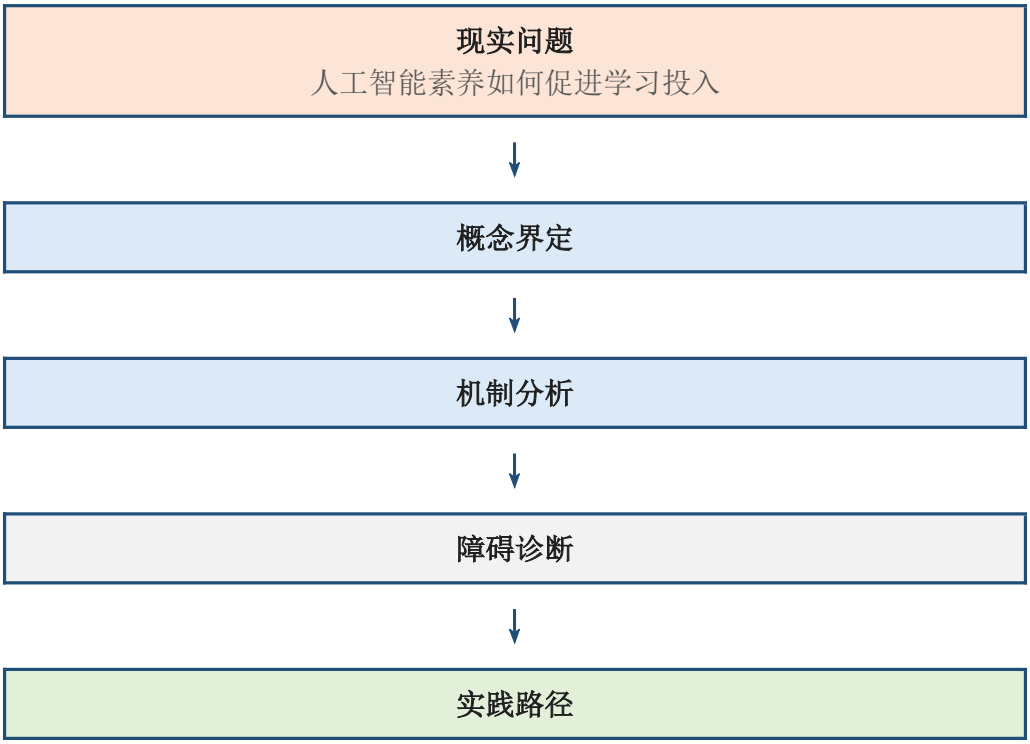


图 1　本文研究思路

2. 理论基础与研究假设

2.1 人工智能素养

人工智能素养是个体理解人工智能基本原理与功能，能够根据实际需要选择和使用相关工具，对生成内容、能力边界和社会影响进行批判评价，并以合乎伦理的方式参与人机协作的综合能力。Long和Magerko（2020）强调理解、使用、评价及与人工智能有效互动，Chiu等（2024）进一步提出技术知识、应用能力、社会影响和伦理责任等内容。UNESCO学生能力框架则将人工智能能力划分为人本思维、人工智能伦理、技术与应用和系统设计四个维度（Miao et al., 2024）。这些研究共同说明，人工智能素养不能被简化为软件操作或提示词技巧。

结合职业本科教育的职业性和实践性，本文将学生人工智能素养概括为四个方面：认知理解，即认识人工智能的功能、运行特点和应用边界；应用实践，即根据课程和岗位任务选择适当工具；批判评价，即核验生成内容的真实性、准确性和专业适用性；伦理责任，即遵守数据隐私、知识产权、学术诚信和职业规范。该划分与中国大学生人工智能素养中的意识、使用、评价和伦理维度基本一致（Ma & Chen, 2024; 周琼等, 2024）。人工智能素养还不同于使用频率、一般数字素养和人工智能自我效能感：前两者分别反映接触程度和一般数字能力，后者则是学生对自身使用人工智能能力的主观判断。

2.2 学习投入

学习投入是学生在具体学习活动中的积极参与状态，通常包括行为、情感和认知三个维度（Fredricks et al., 2004）。行为投入表现为参加课程活动、完成任务、参与讨论并在困难面前保持坚持；情感投入表现为对课程、专业和学习共同体的兴趣、认同与归属感；认知投入表现为采用深层策略、建立知识联系、自我监控、反思调整和解决复杂问题。学习投入并非固定人格特质，而是学生能力、学习信念和教学环境相互作用形成的动态状态。

在职业本科教育中，学习投入具有鲜明的实践特征。学生不仅需要完成课堂学习，还需参与项目协作、实训操作和真实职业任务。行为投入应体现持续参与和责任承担，情感投入应体现专业认同和职业价值感，认知投入则应体现专业判断、方案比较和实践反思。人工智能可以减少部分机械性工作，但只有学生继续参与任务理解、信息核验、方案决策和实践验证，技术才更可能成为支持投入的认知工具。

2.3 学业自我效能感

学业自我效能感是学生对自己能否组织并实施必要学习行动，从而完成课程任务和解决学业问题的能力判断（Bandura, 1997）。它具有任务性和情境性，不等同于一般自信、实际知识或技能。自我效能判断会影响学生的目标设定、策略选择、自我监控、努力和坚持（Zimmerman, 2000），并与大学生的学业适应和表现存在稳定联系（Honicke & Broadbent, 2016）。

在人工智能辅助学习中，学生若自主完成任务理解、信息核验、专业修正和实践验证，可以获得成功经验和任务掌控感；同伴示范、教师反馈和焦虑缓解也可能支持学业能力判断。相反，如果人工智能替代了必要思考和操作，学生可能将任务完成归因于工具，其学业效能信念未必同步提高。需要区分的是，人工智能自我效能感反映使用人工智能的信心，学业自我效能感则指向更广泛的课程学习和专业问题解决。已有研究发现前者可在人工智能素养与学习投入之间发挥一定作用（He et al., 2025），但该结果不能直接证明学业自我效能感具有相同的中介作用。

2.4 社会认知理论与分析框架

社会认知理论认为，个人因素、行为和环境之间存在动态的相互作用（Bandura, 1986）。在智能化学习情境中，人工智能素养和学业自我效能感属于个人因素；行为、情感和认知投入属于学习表现；人工智能工具、真实专业任务、教师反馈、同伴示范、评价方式和伦理规范构成环境条件。学生如何理解和使用技术会影响学习行为，教学环境决定其能否形成真实任务经验，而任务结果、反馈和情绪体验又会调整学生对自身能力的判断。

自我效能感的重要信息来源包括成功经验、替代性经验、言语支持以及生理和情绪状态（Bandura, 1997）。据此，本文构建“人工智能素养—任务掌控与积极经验—学业自我效能感—学习投入”的分析路径。人工智能素养可能改善资源处理和任务控制；学生在自主分析、核验、修正和验证中形成的成功经验与合理归因，可能增强学业自我效能感；较高的学业自我效能感则有助于提高参与意愿、学习坚持、积极情绪和深度加工。该路径受到任务真实性、教师支持、过程评价和伦理规范等条件影响，属于需要后续研究检验的理论解释。

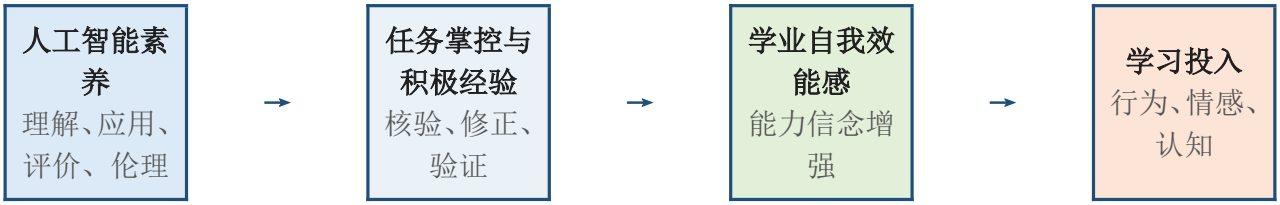


图 2　人工智能素养促进学习投入的理论路径

3. 人工智能素养促进学习投入的作用机制

3.1 提供资源处理与任务控制基础

职业本科学生在课程、项目和实训中需要处理大量专业信息，并判断其是否符合行业标准、设备条件和具体任务要求。具备较好人工智能素养的学生，更可能根据学习目标选择工具，对生成内容进行来源核验、交叉比较和专业修正，从而减少无效信息处理，降低进入复杂任务的障碍。数字素养研究也表明，学生对技术资源的理解和使用能力与技术学习自我效能感和在线学习投入存在联系（Getenet et al., 2024）。虽然数字素养与人工智能素养并不相同，但相关发现为“能力基础—效能信念—学习投入”的逻辑提供了支持。

效率提升并不等于学习质量提升。生成式人工智能可以提供解释、建议和初步方案，但也可能产生错误、缺少情境适用性或无法追溯来源的内容（Kasneci et al., 2023）。如果学生直接接受输出，可能绕过知识理解、证据核验、方案比较和错误修正等过程。人工智能素养的教育价值不只在于加快任务完成，而在于使学生能够控制技术：理解任务、评价输出、依据专业知识修正方案并进行实践验证。只有个人贡献和任务控制得到保留，技术支持才可能转化为真实能力体验。

3.2 促进行为投入

行为投入体现为学生参加课程活动、完成任务、参与协作并在困难面前保持努力。人工智能素养较好的学生可能更容易识别任务中适合使用技术的环节，利用工具获得解释、形成初步思路或诊断操作问题，从而减少因资料不足、技术障碍和理解困难造成的中断。在项目和实训中，这种能力有助于持续推进任务，并将更多时间用于方案完善和实践验证。

人工智能还可拓展课前预习、课堂讨论准备、课后复习和项目修改等参与方式，但行为投入不能以使用次数、提交数量和完成速度衡量。Lin等（2025）的研究提示，数字学习行为不一定转化为实践成绩。因此，应考察学生是否自主发起学习、持续参与、记录分析和修改过程，并对最终成果承担解释责任。如果人工智能主要用于代写、替代操作或直接完成任务，活动数量增加也不意味着行为投入质量提高。

3.3 增强情感投入

情感投入体现为学生对课程、专业和学习活动的兴趣、认同和积极体验。面对复杂任务时，人工智能提供的分步解释、即时提示和多种思路可能降低不确定感，帮助学生获得任务掌控和胜任体验。但这些支持必须经过学生评价并与教师反馈结合，才能减少错误信息带来的挫折。Cao和Han（2024）对职业院校学生的研究发现，积极反馈感知可通过学业自我效能感和焦虑影响在线学习投入，说明反馈、能力判断和情绪体验之间存在密切联系。

对职业本科学生而言，稳定的情感投入还取决于人工智能是否与真实职业情境建立联系。当学生利用人工智能分析设备故障、优化服务方案、比较设计方案或处理专业数据时，更可能认识课程知识、技术工具和未来岗位之间的联系，从而提高任务价值判断和专业认同。若教学仅突出工具的新奇功能，缺少课程目标、行业标准和职业任务的支撑，学生兴趣可能停留在短期体验层面。

3.4 推动认知投入

具备人工智能素养的学生更可能意识到生成内容具有不确定性，因而对结论、证据来源和专业适用性保持审慎。在比较来源、核验事实、识别逻辑缺陷和修正方案时，学生需要调用已有专业知识，并对自己的理解和判断进行元认知监控。这些活动可以使人工智能输出由现成答案转变为待审查的学习材料，促进证据评价、知识整合和反思性思考。

人工智能对认知投入具有双重影响。将格式整理、基础分类等机械性工作交给人工智能，可以释放认知资源；但若将概念理解、逻辑推理、方案决策和实践反思等核心活动一并交给工具，则可能减少必要的阅读、推理和错误修正（Kasneci et al., 2023）。教师应设计要求解释、比较、核验和实践验证的任务，并要求学生说明采纳、修改或否定人工智能建议的理由。合理应用的关键不是拒绝认知卸载，而是避免技术替代课程必须培养的核心思维。

3.5 学业自我效能感的心理传导作用

人工智能素养可能通过学业自我效能感进一步影响学习投入。在人工智能辅助任务中，学生自主完成理解、核验、修正和验证，可以形成成功经验；观察能力相近的同伴合理使用技术，可以获得替代性经验；教师对分析过程、判断依据和能力进步给予具体反馈，可以形成言语支持；人工智能的分步提示还可能缓解复杂任务带来的焦虑。上述经验只有被学生部分归因于自身知识、策略和努力，才更可能形成稳定的学业效能判断。

较高的学业自我效能感有助于学生相信努力能够取得结果。在行为层面，它可能提高课堂参与、项目完成和困难坚持；在情感层面，可能增强胜任体验并减少无力感；在认知层面，可能促使学生选择具有挑战性的任务，采用深度策略和自我监控。现有人工智能自我效能感研究为这一逻辑提供间接支持（He et al., 2025），但本文讨论的是更广泛的学业自我效能感。因此，“人工智能素养—任务经验—学业自我效能感—学习投入”应被视为理论路径，而非已得到统计验证的中介效应。

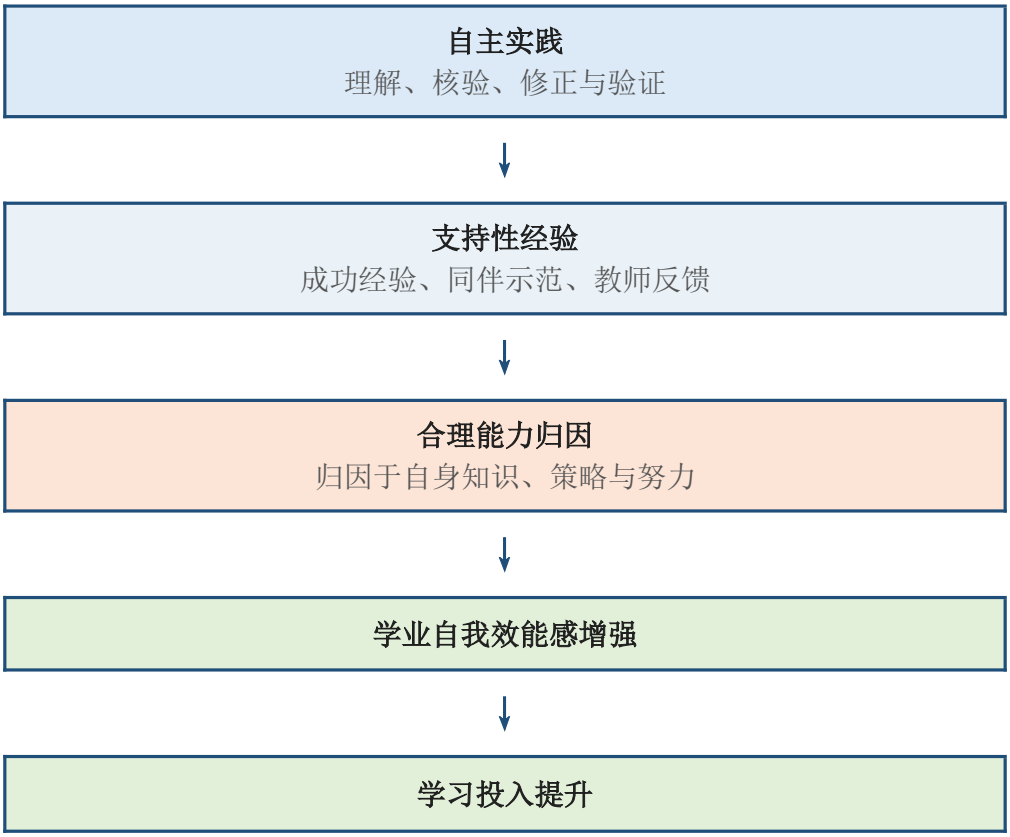


图 3　学业自我效能感的形成与传导机制

4. 人工智能素养向学习投入转化的现实障碍

4.1 重工具操作、轻综合能力

若人工智能教育主要停留在软件功能、提示词和内容生成训练，学生可能会调用工具，却不了解输出不确定性、应用边界和伦理责任。人工智能素养需要认知、应用、评价和责任意识协同发展（Miao et al., 2024; Walter, 2024）。课程缺少来源核验、错误识别和伦理判断训练，容易使学生关注“如何生成结果”，而忽视“结果是否可信、为何适用以及如何修正”，从而限制人工智能素养向深度学习投入转化。

4.2 人工智能应用与专业任务衔接不足

职业本科教育强调专业知识、技术技能和职业任务的结合。如果人工智能活动主要是通用资料检索、文本生成和课件制作，而没有进入项目设计、实训流程、故障诊断和岗位决策，其价值容易停留在提高作业效率。学生使用人工智能形成初步方案后，仍需依据行业标准、设备条件、成本、安全和使用情境进行核验，并通过模拟或实践检验可行性。若教学只评价生成结果，不要求解释修改和验证过程，任务成功可能被归因于工具，而非学生的专业判断。

4.3 工具依赖与浅表学习

人工智能可以承担部分机械性工作，但未经核验地接受输出，并将概念理解、逻辑推理、方案决策和实践反思交由工具完成，可能产生过度依赖和浅表学习。Zhai等（2024）的系统综述提示，过度依赖人工智能对话系统可能影响批判思维、分析推理和决策能力。职业本科课程尤其需要真实操作、错误修正和反复练习，如果技术替代这些过程，学生可能完成成果，却没有形成相应的专业能力和学业效能经验。

4.4 学业自我效能感支持不足

如果评价主要关注人工智能生成成果的完整性和形式质量，较少考察学生如何理解任务、发现错误和修改方案，学生难以判断自身能力取得了哪些进步。学生在专业基础、人工智能能力和自我调节方面存在差异，统一任务难度可能使基础较弱者因失败降低信心，也可能使直接采用高质量输出者形成与实际能力不一致的过度自信。仅提供工具不能自然形成稳定的学业自我效能感，还需要适当难度、过程反馈和合理能力归因。

4.5 教师、评价与治理条件不足

教师不仅需要掌握工具，还需具备课程整合、输出评价、任务设计、伦理和数据安全能力（Miao & Cukurova, 2024）。缺少系统培训、专业资源和校级规范时，教学可能在简单禁止与过度依赖技术之间摇摆。传统结果评价也较难识别学生的独立判断和真实贡献，需要过程记录、成果答辩和实践操作补充证据（Xia et al., 2024）。此外，人工智能应用涉及学术诚信、个人信息、企业数据、知识产权和责任归属，学校必须明确使用边界、披露要求、平台准入和责任主体（UNESCO, 2023）。

5. 人工智能素养促进学习投入的实践路径

5.1 构建多维递进的课程体系

职业本科院校应围绕认知理解、应用实践、批判评价和伦理责任，构建“通识基础—专业应用—实践创新”相衔接的课程体系。通识课程帮助学生理解人工智能原理、功能边界、数据来源和社会影响；专业课程训练学生根据课程目标和职业任务选择工具，并用专业知识核验和修正生成内容；项目与实训课程则引导学生开展人机协作、方案比较和实践验证。

课程应依据学生能力基础和任务复杂度递进，而非只按年级机械划分。基础阶段培养人工智能意识、基本操作、输出核验和规范使用；专业应用阶段开展资料分析、方案形成和问题诊断；综合实践阶段面向复杂项目和岗位情境进行多方案比较、风险判断和创新应用。伦理责任和批判评价应贯穿各阶段，课程内容还需根据技术变化、专业标准和行业需求及时更新。

5.2 融入真实专业任务

人工智能应进入具有明确职业情境、行业标准和现实约束的项目、案例和实训任务。教师可要求学生利用人工智能形成初步方案，再依据设备条件、成本、安全和服务要求核验其准确性和可行性，并通过模拟、实验或实际操作进行验证。专业融合的重点不是增加人工智能使用次数，而是使学生承担分析、修正、选择和验证责任。

任务提交不应只有最终成果，还应包含人工智能使用声明、关键输出、来源核验、专业修改、判断依据和个人反思。教师可采用“原始输出—核验结果—修改版本—实践验证—最终反思”的证据链，使评价从“是否使用人工智能”转向“是否合理使用人工智能”。各课程还应根据核心能力要求明确允许辅助、限制使用和必须独立完成的环节。

5.3 以递进任务和反馈增强学业自我效能感

教师应设计由结构化支持逐步过渡到独立解决问题的任务序列。初始阶段通过示范、分步提示和局部练习降低进入难度；发展阶段要求学生自主完成核验、修改和关键判断；综合阶段让学生在复杂职业情境中自主决定是否以及如何使用人工智能。随着能力提升，应逐步撤除教师和技术脚手架，使学生在承担更多责任的过程中获得可归因于自身努力和策略的成功经验。

反馈应具体指向学习目标、当前表现和下一步行动，而非笼统表扬。教师需要说明学生在哪些环节进行了有效的信息判断、问题分析、方案修正和实践操作，并帮助其区分人工智能支持与个人贡献。Hattie和Timperley（2007）指出，有效反馈应回答目标、现状和改进方向三个问题。通过具体反馈和合理归因，可以避免学生将成功完全归因于工具，也能防止因高质量生成结果而形成虚高效能感。

5.4 完善真实性评价与分层支持

人工智能辅助学习应建立过程与结果相结合的评价框架，考察最终成果是否符合专业标准、工具选择是否合理、生成内容是否经过核验和修改，以及学生是否遵守学术诚信和数据规范。学校可综合采用关键过程记录、成果答辩、现场操作、自评和反思报告。过程记录不必保存全部交互，而应呈现关键判断、错误发现和决策依据；答辩和操作则用于确认学生能否解释方案并独立完成核心活动。

职业本科学生在人工智能基础、专业能力、批判评价和学业自我效能感方面存在差异。课程可通过基础任务或学习访谈进行动态诊断，为基础较弱者提供示例、分步支持和辅导，为能力较强者增加复杂项目和创新任务。不同学生可以获得不同程度的脚手架，但核心专业能力和伦理标准应保持一致。随着学生进步，外部支持应逐步减少，最终形成独立选择工具、调节过程和应对困难的能力。

5.5 提升教师人工智能教学能力

教师发展不能只安排工具操作培训，而应包括人工智能原理和输出评价、专业课程整合、

任务与评价设计、伦理和数据安全。UNESCO教师人工智能能力框架强调人本思维、人工智能伦理、人工智能基础与应用、人工智能教学法和专业发展（Miao & Cukurova, 2024）。学校可组织专业教师、教育技术人员和行业专家共同开发教学案例、项目任务、评价量规和风险清单，并通过集体备课、课堂观察和教学复盘持续改进。

教育部办公厅（2025）提出以数字化赋能教师发展，强调典型案例、智慧环境和教师研训。学校还应提供基本人工智能使用规范，课程团队再依据专业目标明确可以辅助、限制使用和必须独立完成的环节。技术支持也不应局限于故障处理，信息技术部门负责平台和数据安全，专业教师判断内容准确性，教学管理部门判断课程适用性，共同保障技术服务于学习目标。

5.6 健全制度保障与伦理治理

学校应建立“校级规范—课程说明—任务要求”三级制度。校级规范明确人工智能应用原则、平台准入、数据安全和责任边界；课程说明规定不同作业、项目和实训中的使用程度；任务要求则说明是否需要提交使用声明、关键输出和修改依据。涉及个人信息、企业资料、设备数据和未公开项目时，应实行数据分类和最小必要原则，审查平台的数据收集、存储、权限管理和模型训练用途。

治理不应主要依靠简单禁止或生成内容检测，而应把学术诚信、使用披露、事实核验和个人责任纳入全过程。学校和教师应区分允许使用、限制使用、未披露使用、实质性代写和伪造证据等情形。学生即使披露了人工智能使用，也仍需对最终成果的准确性、原创贡献、知识产权和专业适用性负责。

人工智能教育涉及课程、专业、教师、学生、平台和伦理治理，需由教学管理部门牵头，联合专业学院、信息技术和学生工作部门协同实施。学校可采用“课程试点—过程评估—问题修订—逐步推广”的方式，根据教师反思、学生反馈、项目答辩和实践表现调整课程与制度。高校人工智能政策需要同时考虑教学、治理和运行条件（Chan, 2023），持续改进的目标不是提高工具使用率，而是促进真实能力、学习投入和负责任技术应用。

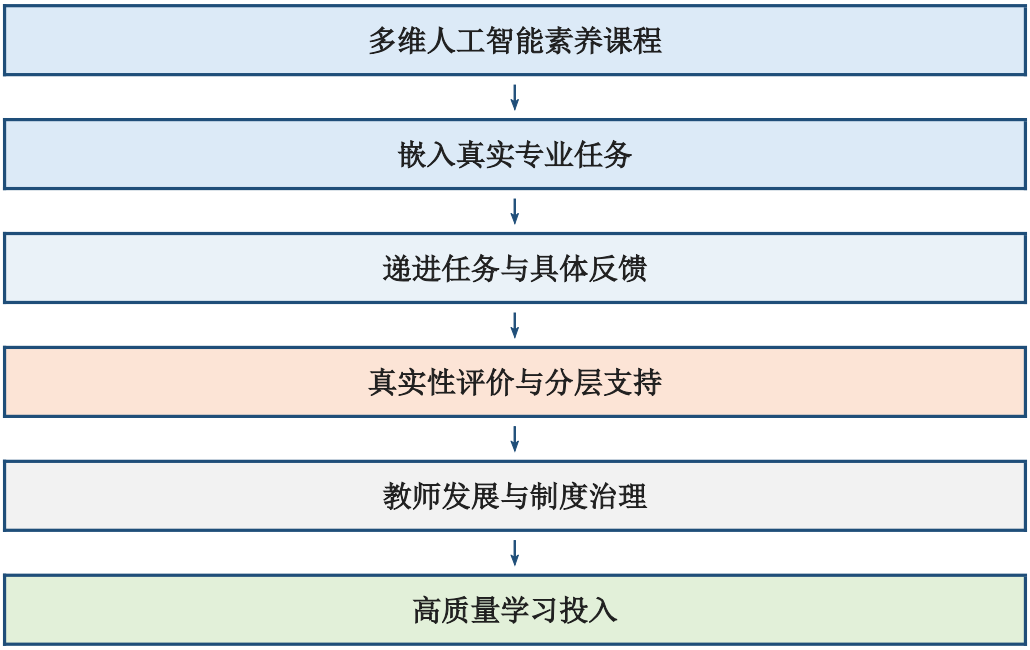


图 4　人工智能素养促进学习投入的实践路径

6. 结论与展望

6.1 研究结论

人工智能素养由认知理解、应用实践、批判评价和伦理责任共同构成，可通过改善资源评价、增强任务控制和支持专业问题解决，为职业本科学生的行为、情感和认知投入提供能力基础。基于社会认知理论，本文提出“人工智能素养—任务掌控与积极经验—学业自我效能感—学习投入”的解释路径。学生在自主核验、修正和验证人工智能输出，并将任务进展合理归因于自身知识、策略和努力时，技术支持才更可能转化为稳定的学业效能经验。

这一转化并非自动发生，而是受到课程内容、专业任务、工具依赖、教师支持、评价方式和伦理治理的共同影响。职业本科院校应以多维课程和真实专业任务培养完整的人工智能素养，以递进任务、具体反馈和合理归因增强学业自我效能感，并通过真实性评价、分层支持、教师发展和制度治理维护学生的主体参与。本文的理论价值在于将人工智能素养、学业自我效能感和多维学习投入纳入统一框架，并明确区分人工智能自我效能感与学业自我效能感。

6.2 研究局限与未来展望

本文主要采用文献分析和理论分析，未按照系统综述程序开展文献检索，也没有通过问卷、访谈、课堂观察或实验直接验证所提出的作用机制。正文中的教学情境仅用于理论说明，不同专业、年级、院校技术条件和学生基础可能导致作用差异。

未来研究可通过大样本调查和结构模型初步检验变量关系，并采用纵向追踪、准实验和课堂观察考察任务经验、能力归因与学习投入的变化过程；同时比较不同专业和教学模式，检验教师支持、任务真实性、批判思维和工具依赖等边界条件，并评估人工智能课程、真实性评价和伦理治理干预的实际效果。

参考文献

[1] 蔡迎春，张静蓓，虞晨琳，王健（2024）。数智时代的人工智能素养：内涵、框架与实施路径。*《中国图书馆学报》，50（4）*，71–84。

[2] 教育部等九部门. (2025). 教育部等九部门关于加快推进教育数字化的意见（教办〔2025〕3号）. 中华人民共和国教育部.

[3] 教育部办公厅. (2025). 教育部办公厅关于组织实施数字化赋能教师发展行动的通知（教师厅函〔2025〕13号）. 中华人民共和国教育部.

[4] 周琼, 徐亚苹, & 蔡迎春. (2024). 高校学生人工智能素养能力现状及影响因素多维分析. *图书情报知识, 41(3)*, 38–48. https://doi.org/10.13366/j.dik.2024.03.038

[5] Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*. Prentice-Hall.

[6] Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. W. H. Freeman.

[7] Cao, H.-Q., & Han, C.-W. (2024). The effect of Chinese vocational college students' perception of feedback on online learning engagement: Academic self-efficacy and test anxiety as mediating

variables. *Frontiers in Psychology, 15*, 1326746. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2024.1326746

[8] Chan, C. K. Y. (2023). A comprehensive AI policy education framework for university teaching and learning. *International Journal of Educational Technology in Higher Education, 20*, 38. https://doi.org/10.1186/s41239-023-00408-3

[9] Chiu, T. K. F., Ahmad, Z., Ismailov, M., & Sanusi, I. T. (2024). What are artificial intelligence literacy and competency? A comprehensive framework to support them. *Computers and Education Open, 6*, 100171. https://doi.org/10.1016/j.caeo.2024.100171

[10] Fredricks, J. A., Blumenfeld, P. C., & Paris, A. H. (2004). School engagement: Potential of the concept, state of the evidence. *Review of Educational Research, 74(1)*, 59–109. https://doi.org/10.3102/00346543074001059

[11] Getenet, S., Cantle, R., Redmond, P., & Albion, P. (2024). Students' digital technology attitude, literacy and self-efficacy and their effect on online learning engagement. *International Journal of Educational Technology in Higher Education, 21*, 3. https://doi.org/10.1186/s41239-023-00437-y

[12] Hattie, J., & Timperley, H. (2007). The power of feedback. *Review of Educational Research, 77(1)*, 81–112. https://doi.org/10.3102/003465430298487

[13] He, T., Huang, J., Li, Y., Wang, L., Liu, J., Zhang, F., Fu, S., & Gong, S. (2025). The mediation effect of AI self-efficacy between AI literacy and learning engagement in college nursing students: A cross-sectional study. *Nurse Education in Practice, 87*, 104499. https://doi.org/10.1016/j.nepr.2025.104499

[14] Honicke, T., & Broadbent, J. (2016). The influence of academic self-efficacy on academic performance: A systematic review. *Educational Research Review, 17*, 63–84. https://doi.org/10.1016/j.edurev.2015.11.002

[15] Kasneci, E., Sessler, K., Küchemann, S., Bannert, M., Dementieva, D., Fischer, F., et al. (2023). ChatGPT for good? On opportunities and challenges of large language models for education. *Learning and Individual Differences, 103*, 102274. https://doi.org/10.1016/j.lindif.2023.102274

[16] Lin, X., Xu, G., & Xiong, B. (2025). Artificial intelligence literacy, sustainability of digital learning and practice achievement: A study of vocational college students. *PLOS ONE, 20(10)*, e0332175. https://doi.org/10.1371/journal.pone.0332175

[17] Long, D., & Magerko, B. (2020). What is AI literacy? Competencies and design considerations. In *Proceedings of the 2020 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems* (pp. 1–16). ACM. https://doi.org/10.1145/3313831.3376727

[18] Ma, S., & Chen, Z. (2024). The development and validation of the Artificial Intelligence Literacy Scale for Chinese College Students. *IEEE Access, 12*, 146419–146429. https://doi.org/10.1109/ACCESS.2024.3468378

[19] Miao, F., & Cukurova, M. (2024). *AI competency framework for teachers*. UNESCO. https://doi.org/10.54675/ZJTE2084

[20] Miao, F., Shiohira, K., & Lao, N. (2024). *AI competency framework for students*. UNESCO. https://doi.org/10.54675/JKJB9835

[21] UNESCO. (2023). *Guidance for generative AI in education and research*. UNESCO. https://doi.org/10.54675/EWZM9535

[22] Walter, Y. (2024). Embracing the future of artificial intelligence in the classroom: The relevance of AI literacy, prompt engineering, and critical thinking in modern education. *International Journal of Educational Technology in Higher Education, 21*, 15. https://doi.org/10.1186/s41239-024-00448-3

[23] Xia, Q., Weng, X., Ouyang, F., Lin, T.-J., & Chiu, T. K. F. (2024). A scoping review on how generative artificial intelligence transforms assessment in higher education. *International Journal of Educational Technology in Higher Education, 21*, 40. https://doi.org/10.1186/s41239-024-00468-z

[24] Zhai, C., Wibowo, S., & Li, L. D. (2024). The effects of over-reliance on AI dialogue systems on students' cognitive abilities: A systematic review. *Smart Learning Environments, 11*, 28. https://doi.org/10.1186/s40561-024-00316-7

[25] Zimmerman, B. J. (2000). Self-efficacy: An essential motive to learn. *Contemporary Educational Psychology, 25(1)*, 82–91. https://doi.org/10.1006/ceps.1999.1016

工匠精神对中国高职院校“双师型”教师专业发展的影响机制研究——职业认同的中介作用

A study on the mechanism by which the craftsman spirit influences the professional development of "dual-competency" teachers in Chinese higher vocational colleges – the mediating role of occupational identity

李冠 泰国南邦国际科技学院 国际学院 邮箱：251354930@qq.com

LI Guan , International College, Lampang Inter-Tech College, Thailand.Email:251354930@qq.com

摘要：高职院校“双师型”教师专业发展是提升职业教育人才培养质量的重要基础。现有研究主要关注教师专业能力培养和制度保障，对工匠精神影响教师专业发展的内在作用机制缺乏系统探讨，尤其缺少职业认同在其中作用路径的理论解释。基于社会认知理论、职业认同理论和教师专业发展理论，本文构建“工匠精神—职业认同—教师专业发展”理论模型，探讨工匠精神影响“双师型”教师专业发展的内在机制，并分析职业认同的中介作用。研究采用文献分析与理论推演相结合的方法，系统梳理工匠精神、职业认同及教师专业发展的相关研究成果，提出研究假设，并设计后续实证研究方案。本文认为，工匠精神不仅能够直接促进“双师型”教师专业发展，还可能通过提升教师职业认同进一步推动专业知识发展、实践技能发展、教学能力发展、科研创新发展以及专业反思与持续发展。研究从教师心理机制视角拓展了工匠精神促进教师专业成长的理论解释，为职业院校“双师型”教师培养和专业发展机制优化提供了新的研究思路。

关键词：工匠精神；双师型教师；职业认同；教师专业发展

Abstract: The professional development of \"dual-qualified\" teachers in higher vocational colleges constitutes an important foundation for improving the quality of vocational education and talent training. Existing research focuses primarily on the cultivation of teachers’ professional competencies and the institutional mechanisms to support them; however, there is a lack of systematic exploration of the internal mechanisms by which the spirit of craftsmanship influences teachers’ professional development, especially with regard to the theoretical aspects of how professional identity plays a role in this process. Based on social cognitive theory, professional identity theory, and theories of teacher professional development, this paper constructs a theoretical model linking \"spirit of craftsmanship\" to professional identity and then to teacher professional development, aiming to examine the internal mechanisms through which the spirit of craftsmanship affects the professional growth of such teachers, as well as to analyze the mediating role of professional identity. The study employs a combination of literature analysis and theoretical reasoning to systematically review existing research on the spirit of craftsmanship, professional identity, and teacher professional development, formulates research hypotheses, and designs plans for subsequent empirical studies. This paper argues that the spirit of craftsmanship not only promotes the professional development of \"dual-qualified\" teachers directly but also contributes to the improvement of their professional knowledge, practical skills, teaching abilities, innovation in research, as well as professional reflection and continuous development by enhancing their professional identity. By examining the psychological mechanisms involved, this study expands the theoretical understanding of how the spirit of craftsmanship fosters teachers’ professional growth, offering new insights for the training of "dual-qualified" teachers and the optimization of professional development mechanisms in vocational colleges.

Keywords: The spirit of craftsmanship;Dual-qualified teachers;Professional identity;Professional development of teachers

1.引言

中国高职院校“双师型”教师的专业发展已成为职业教育高质量发展的重要议题。然而，在实际教育教学过程中，部分教师虽然具备较好的专业知识和行业实践能力，但持续专业发展的主动性不足，专业能力更新速度与产业技术迭代之间仍存在一定差距。相较于普通高校教师，“双师型”教师兼具教育者和产业实践者双重身份，不仅承担教育教学任务，还需要持续参与企业实践、技术服务和校企协同育人。这种“双重角色”使其既面临专业能力持续更新的要求，又需要协调教育价值、职业责任与行业角色之间的关系，其专业成长过程具有更强的情境性和复杂性。

近年来，工匠精神逐渐成为职业教育教师队伍建设的重要研究主题。已有研究普遍认为，工匠精神所蕴含的精益求精、持续创新、责任担当和终身学习等价值理念，有助于提升教师专业素养和职业能力。同时，教师专业发展研究也逐渐由关注培训模式、制度保障等外部支持，转向关注教师个体发展的内在动力。然而，现有研究更多聚焦于工匠精神对教师专业发展的直接影响，或分别探讨职业认同与教师专业发展的关系，对于工匠精神如何通过教师个体心理机制促进专业发展的内在过程，仍缺乏系统的理论解释。

对于高职院校“双师型”教师而言，工匠精神作为一种职业价值理念，并不会自然转化为专业发展行为，其作用过程往往受到教师职业心理状态的影响。职业认同反映教师对职业价值、职业角色和职业归属的积极认知，是教师持续投入教育教学、企业实践和专业成长的重要心理基础。因此，职业认同是否在工匠精神影响教师专业发展的过程中发挥中介作用，成为进一步揭示“双师型”教师专业成长内在机制的重要理论问题。

基于此，本文以中国高职院校“双师型”教师为研究对象，以社会认知理论、职业认同理论和教师专业发展理论为基础，构建“工匠精神→职业认同→教师专业发展”理论模型，重点探讨职业认同在工匠精神影响教师专业发展过程中的中介作用。本文属于理论模型构建研究，通过文献分析与理论推演梳理变量间的作用关系，提出研究假设，并构建后续实证研究框架，为进一步开展模型验证和变量关系检验提供理论依据。随后，本文将围绕相关文献、理论基础、理论模型及研究假设展开论述。

1.1研究背景及意义

1.1.1研究背景

（1）“双师型”教师专业发展的现实需求

高职院校“双师型”教师是连接职业教育与产业发展的重要主体，其专业发展水平直接影响职业教育人才培养质量和校企协同育人成效（徐国庆，2025；张华，2023）。与普通高校教师相比，“双师型”教师兼具教育者和产业实践者双重身份，不仅承担课程教学、实践指导等教育职责，还需要持续参与企业实践、技术服务及专业能力更新。这种职业角色的双重属性，使教师专业发展不仅体现为专业知识和实践技能的提升，更涉及职业价值、职业责任和持续发展意识等多方面的协同成长（Day，1999）。

随着产业技术快速迭代和职业教育改革不断深化，“双师型”教师面临专业知识更新、实践能力提升以及教学创新等多重要求（徐国庆，2025）。然而，在实际工作过程中，不少教师虽然具备一定的专业基础和行业实践经验，但持续学习动力、专业发展主动性及职业投入程度仍存在明显差异，导致教师专业发展的质量和速度并不一致。已有研究指出，教师专业成长不

仅依赖制度保障、培训项目和组织支持，还受到教师职业价值观、职业投入及心理认同等内在因素的持续影响（Day，1999；Guskey，2002）。这表明，仅依靠外部资源支持难以全面解释“双师型”教师专业发展的差异，教师个体的价值理念和心理机制可能是影响专业成长的重要因素。

（2）工匠精神影响教师专业发展的研究进展

近年来，工匠精神逐渐成为职业教育教师发展研究的重要主题。已有研究普遍认为，工匠精神所蕴含的精益求精、追求卓越、持续创新和终身学习等价值理念，不仅有助于提升教师专业素养、实践能力和教育教学质量，而且能够增强教师职业责任感和持续发展意识（李培根，2015；曾全胜、刘琼，2021；尹克寒，2022）。与此同时，教师专业发展研究也逐渐由关注培养模式、制度建设和组织支持等外部因素，转向关注教师专业成长的内在动力及其作用机制（Day，1999；Guskey，2002）。

然而，现有研究主要集中于两个方面：一是探讨工匠精神对教师专业发展的积极作用，认为其能够促进教师专业能力提升和持续成长（曾全胜、刘琼，2021；尹克寒，2022）；二是分析职业认同对教师专业成长的重要影响，指出职业认同能够增强教师职业投入、职业承诺和持续发展意愿（魏淑华，2008；高振发，2018）。相比之下，对于工匠精神如何通过教师职业认同进一步促进教师专业发展的内在作用过程，仍缺乏系统解释。换言之，已有研究分别回答了“工匠精神重要”“职业认同重要”和“教师专业发展重要”等问题，但尚未充分揭示三者之间的内在作用链条，尤其缺乏针对高职院校“双师型”教师群体的理论整合。

基于此，本文以社会认知理论（Bandura，1986）、职业认同理论（Kelchtermans，1993；Beijaard等，2004）和教师专业发展理论（Day，1999；Guskey，2002）为基础，构建“工匠精神→职业认同→教师专业发展”理论模型，重点分析职业认同在工匠精神影响教师专业发展过程中的中介作用，尝试将教师职业价值理念、职业心理与专业成长纳入统一分析框架，为后续开展实证研究提供理论依据，并为揭示高职院校“双师型”教师专业发展的内在机制提供新的理论视角。

1.1.2研究意义

（1）理论意义

现有关于工匠精神、职业认同和教师专业发展的研究已经形成了一定的理论基础。已有研究分别证实了工匠精神对教师专业成长具有积极作用，也指出职业认同能够促进教师专业发展，但相关研究大多停留于变量间直接关系的讨论，缺乏对三者内在作用机制的系统解释。尤其是在高职院校“双师型”教师群体中，工匠精神如何由价值理念转化为持续的专业发展行为，其心理作用路径尚未得到充分阐释。

本文以社会认知理论、职业认同理论和教师专业发展理论为基础，将工匠精神、职业认同与教师专业发展纳入统一分析框架，构建“工匠精神→职业认同→教师专业发展”的理论模型，尝试揭示工匠精神影响教师专业发展的内在逻辑。其中，社会认知理论用于解释工匠精神作为外部价值理念如何影响教师个体认知与行为；职业认同理论用于解释教师职业价值认同在价值理念向专业行为转化过程中的中介作用；教师专业发展理论则为教师持续成长提供结果变量层面的理论支撑。相比已有研究主要关注“是否存在影响”，本文进一步关注“影响如何发生”，为理解“双师型”教师专业发展的心理机制提供了新的理论解释，也为后续开展结构方程模型等实证研究提供了可检验的理论框架和研究假设。

（2）实践意义

教师专业发展不仅依赖培训制度和组织支持，更受到教师个体内在发展动力的影响。本文提出的中介模型表明，工匠精神对教师专业发展的促进作用，并非完全通过直接作用实现，而可能需要通过增强教师职业认同这一心理机制进一步发挥作用。这意味着，在“双师型”教师队伍建设过程中，仅关注专业能力培训难以充分激发教师持续发展的内生动力，还需要同步重视教师职业价值认同的培育。

基于这一理论推演，职业院校可以将工匠精神培育与教师职业认同建设有机结合，通过完善教师企业实践机制、强化职业发展支持、构建专业成长共同体以及建立多元激励评价体系，引导教师不断增强职业认同感和专业使命感，从而促进专业知识更新、实践技能提升、教学能力改进、科研创新能力发展以及专业反思与持续发展能力的形成。本文提出的理论模型具有明确的可验证性，未来可通过问卷调查和结构方程模型等实证方法，对各变量之间的作用关系及职业认同的中介效应进行进一步检验，不断完善工匠精神促进“双师型”教师专业发展的理论解释和实践路径。

2.文献综述与理论基础

2.1文献综述

2.1.1工匠精神相关研究

工匠精神最初主要应用于制造业和技能人才培养领域，强调个体在职业活动中形成的精益求精、追求卓越、专注敬业、持续创新和责任担当等价值取向。随着职业教育改革不断深化，工匠精神逐渐由产业实践领域拓展至职业教育研究，并成为教师专业发展研究的重要议题。李培根（2015）指出，工匠精神不仅体现为高水平职业技能，更是一种贯穿职业实践全过程的价值追求和职业品质，为职业教育高质量发展提供了重要精神支撑。

近年来，工匠精神研究逐步由内涵阐释转向教育实践应用。已有研究认为，工匠精神所体现的专业追求、责任意识、持续改进和终身学习等特征，与职业教育教师专业发展的要求高度契合。曾全胜、刘琼（2021）提出，“工匠型”教师是在“双师型”教师基础上的进一步发展，其核心不仅体现为专业知识和实践能力的提升，更体现为教师专业精神、职业责任感和持续创新能力的增强。尹克寒（2022）进一步指出，“双师型”教师专业能力建设应以工匠精神为价值引领，实现专业知识更新、实践技能提升和终身学习意识培养的协同发展。由此可见，工匠精神已由职业教育人才培养理念逐渐拓展为促进教师专业成长的重要价值基础。

与此同时，学者们开始关注工匠精神与教师专业发展的关系。已有研究普遍认为，工匠精神能够增强教师专业投入，促进教学质量提升、实践能力提高，并对教师专业成长产生积极影响。然而，现有研究主要聚焦工匠精神对教师专业发展的直接影响，将其视为价值导向，对其如何转化为持续的专业发展行为缺乏深入解释。换言之，已有研究回答了“工匠精神是否重要”，但对“工匠精神为何能够持续促进教师专业发展”的内在作用机制仍有待进一步探讨。

相关研究表明，教师专业发展不仅受到制度支持和专业培训等外部因素影响，也受职业认知和职业态度等心理因素共同作用。高振发（2018）指出，职业认同能够增强教师职业投入、持续学习意愿和专业成长动力，是连接职业价值理念与专业发展行为的重要心理变量。据此推断，工匠精神作为教师职业价值理念的重要来源，可能并非直接促进教师专业发展，而是通过增强职业认同，进一步推动专业知识发展、实践技能提升、教学能力改进和持续专业成长。这一路径既符合Bandura（1986）社会认知理论关于价值认知影响行为选择的观点，也契合教师专业成长由价值理念向专业行为逐步转化的发展规律。

总体来看，现有研究较为充分地阐释了工匠精神的内涵及其对教师专业发展的积极意义，为本研究奠定了理论基础。但仍存在两方面不足：一是多数研究侧重工匠精神的价值功能，对

其影响教师专业发展的心理机制关注不足；二是针对高职院校“双师型”教师群体，尚未形成“工匠精神—职业认同—教师专业发展”的整体解释框架，职业认同的中介作用仍有待进一步验证。基于此，本文将职业认同纳入工匠精神影响教师专业发展的分析框架，构建“工匠精神→职业认同→教师专业发展”理论模型，以揭示工匠精神促进“双师型”教师专业成长的内在机制，并为后续研究假设的提出提供理论依据。

2.1.2职业认同相关研究

职业认同是教师对自身职业价值、职业角色和职业归属形成积极认知与情感投入的心理状态，被普遍认为是影响教师职业行为和专业成长的重要心理基础。近年来，教师专业发展研究逐渐由制度支持、能力培养等外部条件转向关注教师个体发展的内在心理机制，职业认同因此成为解释教师持续专业发展的重要变量（Kelchtermans，1993；Beijaard等，2004）。

已有研究普遍认为，较高水平的职业认同能够增强教师职业责任感、专业投入和持续学习意愿，从而促进教师专业能力持续提升。魏淑华（2008）构建了包含职业价值观、角色价值观、职业归属感和职业行为倾向四个维度的教师职业认同量表，为相关研究提供了成熟的测量框架。高振发（2018）以高职教师为研究对象开展实证研究，结果表明，职业认同能够显著促进教师专业发展，对专业知识、专业能力和专业情意均具有积极影响。Canrinus等（2012）进一步指出，职业认同是影响教师职业承诺、教学投入和专业持续发展的重要心理资源。由此可见，职业认同不仅体现教师的职业态度，也是推动教师持续专业成长的重要内在动力。

随着职业教育类型定位不断强化，职业认同研究开始更多关注“双师型”教师群体。已有研究认为，“双师型”教师兼具教育教学与产业实践双重职责，其职业认同不仅来源于教师职业本身，还受到企业实践经历、行业经验、职业价值认知和专业使命感等因素的共同影响（徐国庆，2025）。相较于普通高校教师，“双师型”教师职业认同具有更强的实践导向和职业教育特征，其认同水平直接影响教师参与企业实践、推进教学改革以及持续更新专业能力的积极性。因此，在职业教育情境下，职业认同不仅体现为教师对职业身份的认可，更表现为推动持续专业发展的内在动力。

近年来，部分研究进一步关注职业认同的形成机制。Kelchtermans（1993）认为，教师职业认同是在职业经历、教育情境与个体反思持续互动中不断建构的动态过程。Beijaard等（2004）指出，教师专业身份的发展本质上是职业价值不断内化并转化为专业实践的过程。据此推断，工匠精神倡导的敬业精神、责任意识、精益求精和终身学习等价值理念，与职业认同形成具有较高一致性。工匠精神能够为教师提供稳定的职业价值导向，而职业认同则可能成为价值理念转化为专业发展行为的重要心理纽带。这一逻辑不仅为职业认同作为中介变量提供了理论依据，也为解释工匠精神影响教师专业发展的内在机制提供了新的分析视角。

总体来看，已有研究充分证实了职业认同对教师专业发展的积极作用，并形成了较为成熟的理论体系和测量工具，为本研究提供了重要参考。但现有研究仍存在两方面不足：一是多聚焦职业认同对教师专业发展的直接影响，对其形成来源及前因变量关注不足；二是针对高职院校“双师型”教师群体，尚缺乏将工匠精神、职业认同与教师专业发展纳入同一分析框架的系统研究，对职业认同是否在工匠精神影响教师专业发展的过程中发挥中介作用，仍缺乏充分的理论解释。

基于此，本文将职业认同定位为工匠精神影响教师专业发展的关键中介变量，构建“工匠精神→职业认同→教师专业发展”理论模型，探讨教师职业价值理念经由职业认同转化为持续专业发展行为的内在机制，为后续理论模型构建和研究假设提出提供理论依据。

2.1.3教师专业发展相关研究

教师专业发展是教师在教育教学实践中持续提升专业知识、实践能力、教学能力和专业素养的动态成长过程，是教师专业化发展的核心内容。近年来，教师专业发展研究逐渐由关注培训模式、制度保障等外部支持，转向关注教师持续发展的内在动力及其形成机制（Avalos，2011；Desimone，2009）。对于高职院校“双师型”教师而言，专业发展不仅体现为教学能力提升，还包括行业实践能力、科研创新能力和持续学习能力的不断完善，具有鲜明的职业教育类型特征（徐国庆，2025）。

已有研究普遍认为，教师专业发展具有持续性、实践性和发展性等基本特征。Avalos（2011）指出，教师专业成长是持续学习、实践反思与专业更新相互作用的动态过程。Desimone（2009）认为，教师专业发展不仅依赖培训活动，更取决于教师主动参与专业学习并持续转化于教学实践。近年来，UNESCO（2025）及Cedefop（2022）进一步强调，教师专业发展应兼顾专业知识更新、实践能力提升、教学创新和终身学习能力培养，实现职业能力持续提升。由此可见，教师专业发展本质上是持续学习、实践反思和专业改进共同作用的结果，而非一次性培训带来的能力提升。

随着职业教育改革不断推进，国内研究开始更加关注“双师型”教师专业发展的特殊规律。黄卫国（2012）指出，高职教师专业发展不仅要持续提升教育教学能力，还应同步增强行业实践能力，实现教学能力与职业能力协同发展。张忠华、宦婧（2016）提出，教师专业发展应由外部培训驱动逐步转向自主发展驱动，通过持续学习、自我反思和专业实践促进专业成长。张华（2023）进一步指出，教师协作共同体能够促进知识共享、实践反思和持续发展，推动“双师型”教师专业能力提升。上述研究表明，高职院校“双师型”教师专业发展已逐步形成专业知识、实践能力、教学能力、科研创新和持续专业成长协同发展的基本共识。

已有研究进一步关注教师专业发展的影响因素。研究普遍认为，教师专业发展既受到培训制度、组织支持和学校环境等外部因素影响，也受职业价值观、专业投入和自主学习意识等内部因素共同作用。Kelchtermans（1993）和Canrinus等（2012）指出，积极的职业心理能够增强教师专业投入和持续学习行为，为专业成长提供稳定动力。与此同时，职业教育研究认为，工匠精神倡导的精益求精、终身学习和持续创新等价值理念，与教师专业发展的持续改进要求高度契合。因此，从理论逻辑来看，工匠精神可能通过影响教师职业价值认知和专业投入，进一步促进教师专业发展，而职业认同则可能成为职业价值理念转化为专业发展行为的重要心理机制。

总体来看，已有研究较为充分地阐释了教师专业发展的内涵、特征及其影响因素，为本研究奠定了理论基础。但现有研究仍存在两方面不足：一是多数研究侧重教师专业发展的外部支持条件，或分别探讨工匠精神、职业认同对教师专业发展的影响，缺乏对三者内在作用机制的系统整合；二是针对高职院校“双师型”教师群体，尚缺乏以教师专业发展为结果变量、以职业认同为中介变量构建整体解释框架的研究，对教师专业发展的心理形成机制仍有进一步深化的空间。

基于此，本文将教师专业发展界定为高职院校“双师型”教师在教育教学、企业实践和持续学习过程中，不断提升专业知识、实践技能、教学能力、科研创新能力和持续发展能力的动态成长过程，并构建“工匠精神→职业认同→教师专业发展”理论模型，以揭示教师专业成长的内在作用机制，为后续研究假设提出和理论模型构建提供理论依据。

2.2理论基础

2.2.1社会认知理论

社会认知理论强调，个体行为并非外部环境刺激的直接结果，而是在环境因素、个体认知与行为之间持续交互作用的过程中形成（Bandura，1986）。对于高职院校“双师型”教师而言，

其专业发展同样不是知识积累或制度要求的简单体现，而是在职业教育情境中不断接受价值引导、形成职业认知并最终转化为专业行为的动态过程。因此，社会认知理论能够为解释工匠精神影响教师专业发展的内在机制提供理论依据。

在职业教育场域中，“双师型”教师兼具教育者和产业实践者双重身份，其专业成长不仅受到学校制度、企业实践和职业环境等外部因素影响，更受到教师对职业价值和职业角色认知的持续调节。工匠精神所倡导的精益求精、责任担当、持续创新和终身学习等价值理念，本质上属于教师所感知的外部职业价值资源。这些价值理念只有经过教师个体认知加工，并逐步内化为稳定的职业价值判断和职业角色认同，才能进一步影响教师持续学习、实践改进和专业发展的行为选择。从这一意义上讲，职业认同并非教师专业发展的附属结果，而是价值理念向专业行为转化的重要心理机制。

近年来，社会认知理论已逐渐应用于职业教育教师发展研究。彭贤杰等（2022）基于社会认知职业理论分析高职院校跨界教师专业发展过程，指出教师职业发展不仅依赖制度支持和实践机会，更受到个体职业认知、自我评价及职业信念的共同影响。这说明，在职业教育情境下，教师专业发展的关键不仅在于提供外部资源，更在于促进教师形成积极稳定的职业认知，从而激发持续发展的内在动力。这一观点进一步验证了社会认知理论在解释高职教师专业成长机制方面具有良好的适用性。

基于社会认知理论，本研究认为，工匠精神作为教师职业价值理念的重要来源，并不会直接决定教师专业发展水平，而是通过影响教师职业认知和职业价值判断，进一步增强教师职业认同，并最终促进教师专业知识发展、实践技能发展、教学能力发展、科研创新发展以及专业反思与持续发展。由此，职业认同构成了工匠精神作用于教师专业发展的关键心理纽带，这也正是本文构建“工匠精神→职业认同→教师专业发展”理论模型的重要理论依据。

2.2.2职业认同理论

职业认同理论认为，教师专业行为的形成不仅取决于专业能力或外部制度要求，更取决于教师是否认同自身职业价值，并将这种价值认同内化为持续的职业投入。教师只有形成积极稳定的职业认同，才能将职业价值转化为专业发展的内在动力。对于高职院校“双师型”教师而言，其专业成长不仅需要不断更新专业知识和实践技能，更需要在教育者与产业实践者双重角色之间建立稳定的职业身份认同。因此，职业认同理论能够进一步解释教师职业价值理念如何转化为持续专业发展的内在心理机制（Kelchtermans，1993）。

在职业教育场域中，“双师型”教师长期处于学校教育与产业实践相互交织的职业环境，其职业认同不仅来源于教师职业本身，还受到企业实践经历、校企合作情境、行业文化以及职业价值认知等多重因素的共同影响。工匠精神所倡导的敬业精神、精益求精、责任担当和终身学习等价值理念，与“双师型”教师承担人才培养和技术服务双重职责具有高度一致性。当教师逐步将这些职业价值内化为自身职业信念时，更容易形成积极稳定的职业认同，并进一步增强职业责任感、专业投入和持续学习意愿。因此，从理论逻辑来看，工匠精神首先影响教师对职业角色和职业价值的理解，而职业认同则成为这种价值认知进一步影响专业发展的关键心理纽带。

已有研究为这一理论迁移提供了较为充分的支持。Kelchtermans（1993）指出，教师职业认同是教师专业行为和专业成长的重要心理基础，教师对职业角色的理解直接影响其教育实践和专业发展方向。Beijaard等（2004）进一步认为，教师职业认同是一个持续建构、动态发展的过程，会随着教育实践和职业经验不断调整，并最终影响教师专业行为的形成。Canrinus等（2012）的研究进一步表明，较高水平的职业认同能够增强教师职业承诺、专业投入和持续发展意愿，是促进教师专业成长的重要心理资源。这些研究共同说明，职业认同不仅是教师职业价值内化的重要表现，也是连接职业价值理念与专业发展行为的重要心理桥梁。

基于职业认同理论，本文认为，工匠精神并不会直接决定“双师型”教师专业发展的结果，而是首先通过塑造教师积极的职业价值认知，增强教师职业认同，进而影响教师专业知识发展、实践技能发展、教学能力发展、科研创新发展以及持续专业成长。职业认同既是教师内化工匠精神的重要心理结果，也是推动教师持续专业发展的关键作用机制。因此，将职业认同作为工匠精神影响教师专业发展的中介变量，不仅契合职业认同理论关于职业价值内化与行为转化的基本观点，也能够更好地解释高职院校“双师型”教师专业发展的形成过程。这一理论推演构成了本文构建“工匠精神→职业认同→教师专业发展”理论模型的重要理论依据。

2.2.3教师专业发展理论

教师专业发展理论认为，教师专业成长并非专业知识和教学技能的自然积累，而是在持续学习、实践反思和专业投入过程中不断实现专业能力提升的动态发展过程（Day，1999；Guskey，2002）。近年来，Avalos（2011）进一步指出，教师专业发展是教师职业生涯中的持续学习过程，其核心在于不断更新专业知识、优化教学实践并适应教育环境变化。对于高职院校“双师型”教师而言，专业发展具有更加鲜明的职业教育特征，其成长不仅依赖教育教学经验的积累，还需要持续参与企业实践、更新行业知识，并不断优化教育教学方式。因此，教师专业发展的形成，本质上是教师持续专业投入不断累积的结果，而这种持续投入离不开稳定职业认同的内在支撑。

职业教育教师专业发展的特殊性在于，“双师型”教师长期处于教育教学与产业实践交互融合的职业环境，其专业成长需要同时回应教育改革、产业技术升级和职业岗位变化等多重要求。黄卫国（2012）指出，高职教师专业发展应实现专业知识、实践技能与教育教学能力的协同提升。近年来，Cedefop（2022）和UNESCO《Global Teacher Report》（2025）进一步强调，职业教育教师应不断提升专业知识更新能力、实践创新能力、教学改进能力以及终身学习能力，实现专业发展的持续优化。张华（2023）则指出，教师协作共同体能够促进知识共享、实践反思和持续学习，是推动职业教育教师专业成长的重要路径。上述研究表明，“双师型”教师专业发展不仅是能力提升过程，更体现为持续学习、持续反思和持续改进的动态成长过程。

教师专业发展理论进一步表明，持续发展的动力来源于教师稳定的专业投入，而专业投入又建立在积极的职业认同基础之上。Desimone（2009）认为，教师专业发展真正发挥作用，不仅依赖专业学习机会，更取决于教师主动参与、持续反思以及将专业学习迁移至教育实践的能力。当教师能够认同自身职业价值，并将教育使命与专业责任内化为稳定的职业信念时，更愿意主动参与企业实践、推进教学改革、更新专业知识并提升科研创新能力。这意味着，职业认同不仅能够增强教师职业责任感，还能够持续推动教师专业成长，使专业发展由外部要求逐渐转化为教师自主发展的内在行为。因此，从教师专业发展理论来看，职业认同构成了教师持续专业发展的重要心理基础，也是职业价值理念最终转化为专业成长的重要实现路径。

综合社会认知理论、职业认同理论和教师专业发展理论可以发现，工匠精神首先通过塑造教师积极的职业价值认知，促进教师形成稳定的职业认同；职业认同进一步增强教师持续学习、实践改进和专业投入，最终推动教师专业发展水平不断提升。由此，本文将教师专业发展界定为理论模型中的结果变量，将职业认同界定为连接工匠精神与教师专业发展的关键中介变量，并据此构建“工匠精神→职业认同→教师专业发展”理论模型。这一理论推演不仅实现了三种理论的有机衔接，也为后续理论模型构建和研究假设提出提供了完整的理论依据。

3.理论模型构建与研究假设

3.1理论逻辑分析

工匠精神、职业认同与教师专业发展之间并非简单的线性关系，而是经历了由价值理念内化、职业认知建构到专业行为形成的渐进转化过程。基于社会认知理论、职业认同理论和教师

专业发展理论，本文认为，工匠精神首先作用于教师的职业价值认知，并通过职业认同这一心理机制影响教师持续的专业投入，最终促进教师专业发展。因此，本文构建“工匠精神→职业认同→教师专业发展”的理论逻辑链条。

3.1.1工匠精神塑造教师职业价值认知

社会认知理论指出，个体行为并非直接来源于外部环境，而是在外部价值信息与个体认知持续互动过程中形成（Bandura，1986）。对于高职院校“双师型”教师而言，工匠精神所倡导的精益求精、责任担当、持续创新和终身学习等价值理念，首先表现为一种职业价值导向。这些价值理念并不会直接改变教师的专业行为，而是通过教师对职业角色和职业使命的重新理解，逐步影响其职业价值判断。

在职业教育场域中，“双师型”教师同时承担教育教学和产业实践双重职责，其职业角色具有明显的复合性。当教师不断接受工匠精神所倡导的职业价值影响时，教师对自身职业意义、职业责任以及专业使命的认知将逐渐发生变化，并开始形成更加积极的职业价值取向。因此，从理论推导来看，工匠精神首先作用于教师职业价值认知，为职业认同的形成提供价值基础。

3.1.2职业认同促进价值理念向专业行为转化

职业认同理论认为，职业价值只有被教师内化为稳定的职业认同，才能进一步转化为持续的职业投入和专业行为（Kelchtermans，1993；Beijaard et al.，2004）。因此，职业认同并不是工匠精神作用的终点，而是连接职业价值与专业成长的重要心理机制。

对于“双师型”教师而言，这一转化过程具有鲜明的职业教育特点。当教师逐渐认同教师职业价值，并形成稳定的职业身份时，其职业责任感、职业归属感以及专业使命意识将进一步增强。这种积极的职业认同能够持续激发教师参与企业实践、更新专业知识、改进课堂教学、开展科研创新以及坚持专业反思等专业行为。换言之，职业认同实现了由价值理念向持续专业投入的心理转化，使工匠精神能够进一步转化为教师专业发展的内在动力。因此，在本研究中，职业认同承担着连接工匠精神与教师专业发展的中介功能。

3.1.3持续专业投入最终促进教师专业发展

教师专业发展理论指出，教师专业成长来源于持续学习、实践反思和专业投入的不断累积，而不是一次性的培训或短期能力提升（Day，1999；Guskey，2002）。对于高职院校“双师型”教师而言，专业成长不仅表现为专业知识和教学能力的发展，更体现为实践技能、科研创新以及持续专业发展的整体提升。

基于上述理论分析，当职业认同不断增强后，教师更加愿意主动投入教育教学实践，并持续参与企业实践、教学改革、科研创新和专业反思。这种持续的专业投入经过长期积累，将逐步促进教师专业知识发展、实践技能发展、教学能力发展、科研创新发展以及专业反思与持续发展等多个方面的提升。因此，教师专业发展并不是工匠精神直接作用的结果，而是工匠精神通过职业认同激发教师持续专业投入后形成的最终结果。

综上所述，依据社会认知理论、职业认同理论和教师专业发展理论，可以形成一条完整的理论推导路径：工匠精神首先塑造教师积极的职业价值认知，进而促进教师形成稳定的职业认同；职业认同进一步推动教师持续开展专业学习、实践改进和专业创新，最终实现教师专业发展的持续提升。由此，职业认同成为工匠精神影响教师专业发展的关键心理机制，也构成了本文建立“工匠精神→职业认同→教师专业发展”理论模型的理论逻辑基础。

3.2理论模型构建

基于前文文献综述与理论逻辑分析可以看出，工匠精神、职业认同与教师专业发展之间具有较为清晰的理论联系。社会认知理论说明，工匠精神作为职业价值理念，首先影响教师对职业角色和职业使命的认知；职业认同理论进一步指出，积极的职业价值认知只有内化为稳定的职业认同，才能持续激发教师专业投入；教师专业发展理论则进一步揭示，持续的专业投入最终表现为教师专业发展的不断提升。三种理论共同构成了工匠精神影响教师专业发展的完整解释链条。

基于上述理论推导，本文认为，工匠精神并非直接决定高职院校“双师型”教师的专业发展水平，而是首先通过塑造教师积极的职业价值观念，增强教师职业认同，进一步促进教师持续学习、实践改进和专业创新，最终实现教师专业发展的持续提升。因此，职业认同在工匠精神影响教师专业发展的过程中发挥着关键的心理中介作用，是价值理念向专业行为转化的重要桥梁。

据此，本文构建以工匠精神为自变量、教师专业发展为因变量、职业认同为中介变量的理论模型，如图1所示。

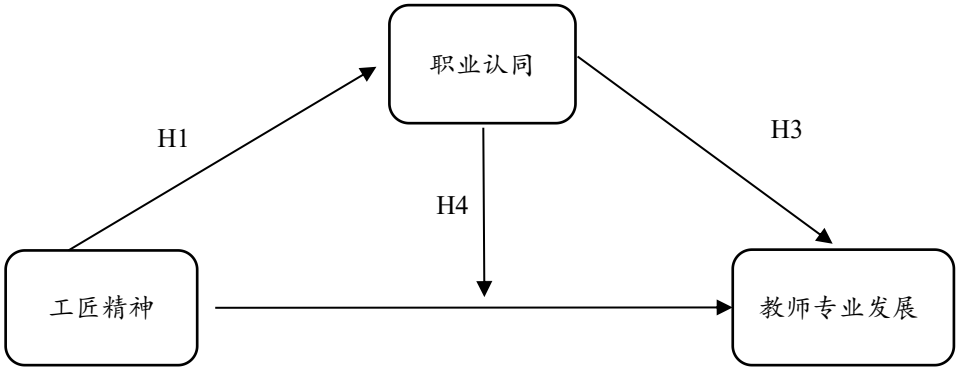


图 1:理论模型图

从模型结构来看，工匠精神作为教师职业发展的价值导向，通过职业认同这一心理机制实现价值理念的内化，并进一步推动教师专业发展。模型中的工匠精神属于外部价值驱动因素，职业认同属于教师个体的心理机制变量，教师专业发展则体现为教师持续专业成长的最终结果。其中，教师专业发展具体包括专业知识发展、实践技能发展、教学能力发展、科研创新发展以及专业反思与持续发展五个方面，与本文教师专业发展的操作化定义保持一致。

该理论模型不仅揭示了工匠精神影响教师专业发展的作用路径，而且进一步回答了工匠精神"如何发挥作用"这一核心问题。相较于仅考察工匠精神对教师专业发展的直接影响，本研究将职业认同纳入同一理论框架，能够更加完整地解释价值理念如何通过教师职业心理转化为持续专业成长行为，从而提高模型对高职院校“双师型”教师专业发展形成机制的解释力。同时，该理论模型也为后续研究假设的提出以及未来实证研究的开展提供了明确的理论依据。

3.3研究假设

3.3.1工匠精神与教师专业发展的关系

教师专业发展理论认为，教师专业成长不仅依赖专业知识和实践经验的积累，更受到教师价值理念和专业投入的持续影响（Day，1999；Guskey，2002）。工匠精神强调精益求精、责任担当、持续创新和终身学习，其价值取向与高职院校“双师型”教师专业发展的内在要求具有

较高一致性。已有研究也指出，工匠精神能够促进教师专业能力提升，并推动教师不断开展教学改革、企业实践和专业创新（曾全胜、刘琼，2021；尹克寒，2022）。

从理论逻辑来看，工匠精神作为一种职业价值理念，能够持续引导教师保持专业学习意识和职业责任感，使教师更加主动参与专业知识更新、实践能力提升、教学改进和科研创新等专业活动，从而促进教师专业发展水平不断提升。基于上述分析，提出如下假设：

H1：工匠精神对高职院校“双师型”教师专业发展具有正向促进作用。

3.3.2工匠精神与职业认同的关系

社会认知理论认为，个体职业认知来源于价值理念与职业环境的持续互动（Bandura，1986）。对于高职院校“双师型”教师而言，工匠精神不仅体现为职业行为规范，更体现为一种职业价值导向。当教师不断接受工匠精神所倡导的职业理念时，其对于教师职业价值、职业使命以及职业责任的认知将不断深化，并逐步形成积极稳定的职业认同。

因此，从理论推导来看，工匠精神能够通过价值引导促进教师形成更加积极的职业认同，为教师持续专业成长提供心理基础。基于上述分析，提出如下假设：

H2：工匠精神对高职院校“双师型”教师职业认同具有正向促进作用。

3.3.3 职业认同与教师专业发展的关系

职业认同理论认为，教师专业成长不仅取决于专业能力，更受到教师职业价值认同和职业投入程度的影响（Kelchtermans，1993；Beijaard et al.，2004）。教师只有形成积极稳定的职业认同，才能持续投入教育教学实践，并主动开展专业学习、实践反思和专业创新。

对于高职院校“双师型”教师而言，职业认同能够进一步增强教师职业责任感和专业使命感，使教师更加积极地参与企业实践、教学改革和科研活动，并最终促进教师专业发展的持续提升。已有研究亦表明，职业认同能够显著促进教师专业成长（高振发，2018）。基于上述分析，提出如下假设：

H3：职业认同对高职院校“双师型”教师专业发展具有正向促进作用。

3.3.4 职业认同的中介作用

社会认知理论、职业认同理论和教师专业发展理论共同表明，价值理念并不会直接转化为专业成长，而是需要经过教师职业认知和职业价值内化过程，最终形成持续专业投入。换言之，工匠精神首先塑造教师积极的职业价值观念，并进一步增强教师职业认同；而职业认同又持续激发教师专业学习、实践改进和专业创新行为，最终促进教师专业发展。

因此，从理论机制来看，职业认同不仅是工匠精神作用于教师专业发展的心理结果，更承担着连接价值理念与专业成长的重要作用机制，其作用形式表现为工匠精神影响教师专业发展的中介效应。基于上述分析，提出如下假设：

H4：职业认同在工匠精神影响高职院校“双师型”教师专业发展的过程中发挥中介作用。

4.研究设计

4.1研究对象

本研究以中国高职院校“双师型”教师为理论研究对象，围绕工匠精神、职业认同与教师专业发展之间的作用机制展开分析。选择“双师型”教师作为研究总体，主要基于其职业角色特征与研究模型具有较高的理论契合性。

相较于普通高校教师，高职院校“双师型”教师兼具教育教学与行业实践双重职责，是职业教育人才培养和产业技术服务的重要主体。教师既需持续更新专业知识、改进教学方法、参与实践教学与科研创新，又需紧密对接行业企业发展，不断提升专业实践能力。这种兼具教育属性与产业属性的职业特征，使其更易受到职业价值理念的影响，也更能体现职业认同在专业成长中的作用。因此，以“双师型”教师为研究对象，有助于揭示工匠精神影响教师专业发展的内在心理机制，契合本研究的理论分析目标。

本研究关注工匠精神、职业认同与教师专业发展之间的内在作用关系，而非不同地区、办学类型或专业教师的发展差异。因此，将研究总体界定为符合国家及学校“双师型”教师认定要求、从事高职教育教学工作的专任教师，以保证研究对象具有相对一致的职业角色、工作职责和职业情境，为理论模型构建提供统一基础。

未来实证调查对象限定为：①在高职院校承担专业或实践课程教学任务的专任教师；②已获得或符合学校“双师型”教师认定条件；③具有持续参与教育教学和专业实践活动经历。行政管理人员、专职辅导员、企业兼职教师及未达到“双师型”教师认定要求者，不纳入本研究范围。

综上，本研究所界定的研究对象具有明确的职业边界和较强的群体典型性，其职业特征与“工匠精神→职业认同→教师专业发展”的理论逻辑高度契合，可为后续实证检验提供研究基础。

4.2理论模型变量测量

为保证理论模型具有良好的可操作性和未来实证研究的可验证性，本研究依据前文核心概念界定，将工匠精神、职业认同和教师专业发展三个核心变量进一步操作化，并拟采用国内外已有成熟量表进行情境化修订。各变量均采用Likert五点量表进行测量，其中1表示“非常不同意”，5表示“非常同意”，得分越高表示受访教师在相应变量上的表现水平越高。各变量的测量维度及来源如下。

4.2.1工匠精神的测量

工匠精神作为本研究的自变量，反映高职院校“双师型”教师的职业价值理念和职业行为取向。结合李培根（2015）、刘志彪（2016）及国内相关研究成果，本文拟采用成熟工匠精神量表，并结合职业教育教师群体特点进行适当修订。

根据理论模型，工匠精神包括敬业精神、精益求精、持续创新和终身学习四个维度。修订过程中保持原有维度结构不变，仅将部分题项由企业员工情境调整为高职院校“双师型”教师情境，将企业岗位相关表述修订为教育教学、企业实践、课程建设和专业发展等内容，以增强量表的情境适配性，同时保证其结构稳定性。

4.2.2职业认同的测量

职业认同作为本研究的中介变量，反映教师对自身职业价值、职业角色及职业归属的认同程度。本研究拟采用魏淑华（2008）编制的教师职业认同量表，并参考高振发（2018）在高职教师群体中的应用成果，对个别题项进行适应性调整。

量表主要包括职业价值认同、职业角色认同、职业归属感和职业行为倾向四个维度。调整过程中保持原有维度及测量逻辑不变，仅依据高职院校“双师型”教师工作特点，对个别措辞进行情境化修改，使其更加符合职业教育教师兼具教育教学与行业实践双重职责的职业特征。

4.2.3教师专业发展的测量

教师专业发展作为本研究的因变量，用于反映高职院校“双师型”教师的专业成长水平。本文拟采用徐雄伟（2017）教师专业发展量表，并结合职业教育教师专业发展特点进行适度修订。

在保持原有五维结构基础上，本文将第五维度由“职业认同发展”调整为“专业反思与持续发展”，其余四个维度仍为专业知识发展、实践技能发展、教学能力发展和科研创新发展。该调整依据教师专业发展理论及职业教育教师专业成长特点，将与中介变量存在交叉的职业认同内容修订为更符合教师专业成长内涵的专业反思与持续发展内容，以增强变量间的理论区分度，同时保持量表整体结构和测量的一致性。

4.2.4控制变量的测量

考虑到教师个体特征可能对职业认同和教师专业发展产生一定影响，未来开展实证研究时，本研究拟设置若干控制变量，以减少个体差异带来的干扰。控制变量主要包括性别、年龄、最高学历、教龄、专业技术职称、是否具有企业工作经历以及“双师型”教师认定年限等基本信息。

上述变量主要作为统计控制变量纳入模型分析，不作为研究假设的核心内容，其目的在于控制不同教师背景因素可能产生的影响，从而更加准确地检验工匠精神、职业认同与教师专业发展之间的作用关系。

为便于展示理论模型的操作化过程，本文将三个核心变量的测量维度及量表来源整理如下。

表 4-1：理论模型变量及测量设计表

变量	变量角色	测量维度	量表来源	处理方式
工匠精神	自变量	敬业精神、精益求精、持成熟量表（李培根等相续创新、终身学习	关研究）	情境化修订
职业认同	中介变量	职业价值认同、职业角色认同、职业归属感、职业行为倾向	魏淑华（2008）	情境化修订
教师专业发展	因变量	专业知识发展、实践技能发展、教学能力发展、科研创新发展、专业反思与持续发展	徐雄伟（2017）	保持五维结构，第五维度调整
控制变量	控制变量	性别、年龄、学历、教龄、职称、企业经历、双师认定年限等	自编基本信息	分类统计

综上，本研究采用成熟量表作为理论模型变量测量工具，并依据高职院校“双师型”教师的职业特点进行适度情境化修订，在保持原有量表结构稳定性的基础上，增强测量工具与职业教育研究情境之间的适配性。同时，通过统一采用Likert五点计分方式以及设置控制变量，为后续理论模型的实证检验提供规范、可操作的测量基础。

4.3研究实施方案

本研究目前处于理论模型构建阶段，以下研究实施方案为后续实证研究设计，旨在说明理论模型的可验证性及研究实施路径。为检验“工匠精神→职业认同→教师专业发展”理论模型，后续拟采用问卷调查与结构方程模型（SEM）相结合的方法，验证工匠精神对教师专业发展的直接影响及职业认同的中介作用。研究实施包括研究准备、问卷调查、数据分析和模型验证四个阶段。

第一阶段：研究准备与测量工具完善（2026 年 9 月—2026 年 10 月）

依据理论模型确定工匠精神、职业认同和教师专业发展三个核心变量的测量维度，选用国内成熟量表，并结合高职院校“双师型”教师职业特点对个别题项进行情境化修订。在此基础上，邀请职业教育领域专家进行内容评审，组织小规模预测试，对题项表述、问卷结构和填答时间进行优化，为正式调查做好准备。

第二阶段：问卷调查与样本收集（2026 年 11 月—2027 年 1 月）

正式调查拟采用问卷星平台实施线上问卷调查，研究对象为符合学校“双师型”教师认定要求的高职院校专任教师。考虑研究目的在于验证变量关系而非总体参数推断，拟采用便利抽样结合分层控制方式获取样本，通过职业院校教师交流群、职业教育学术平台及合作院校等渠道发放问卷，并兼顾东、中、西部地区、公办与民办院校及不同专业类别，以提高样本异质性和代表性。

依据结构方程模型样本量要求，计划发放问卷 550—600 份，按照 15%～20%的折损率超额发放，最终获得不少于 450 份有效样本，以满足模型估计、拟合评价及中介效应检验的统计要求。

第三阶段：数据整理与模型检验（2027 年 2 月—2027 年 3 月）

调查结束后，对数据进行筛选与整理，剔除连续同一选项作答、作答时间异常及缺失值较多的问卷，确保数据质量。数据分析拟采用 SPSS 29.0 和 AMOS 26.0 完成。其中，SPSS 用于描述性统计、项目分析、信度分析、相关分析及共同方法偏差检验;AMOS 用于验证性因素分析(CFA)、结构方程模型（SEM）分析及模型拟合评价。

模型检验重点包括：一是工匠精神对教师专业发展的直接影响；二是工匠精神对职业认同及职业认同对教师专业发展的影响；三是采用 Bootstrap 重复抽样检验职业认同的中介效应，以验证理论模型。

第四阶段：研究结果解释与模型修正（2027 年 3 月—2027 年 4 月）

模型检验完成后，将结合社会认知理论、职业认同理论和教师专业发展理论对研究结果进行解释。若模型获得支持，将进一步分析工匠精神促进教师专业发展的作用机制；若部分路径未达到统计显著水平，则依据模型拟合指数、修正指数及理论依据对模型进行适度修正，进一步完善理论解释框架。

本研究拟采用便利抽样开展调查，研究结果主要用于解释变量之间的作用关系，而非总体参数推断。尽管通过跨地区、跨院校和跨专业类别收集样本，以提高样本异质性，但仍可能受到样本来源、调查渠道及受访者参与意愿等因素影响。为降低相关风险，正式调查将采取多渠道发放、适度超额回收、严格数据筛选和质量控制等措施，并结合共同方法偏差检验、信效度分析及 Bootstrap 中介效应检验，提高研究结果的可信度和模型验证的稳健性，为后续扩大样

本范围和开展跨区域比较研究奠定基础。

表 4-2：理论模型变量及测量设计表

阶段	时间安排	主要内容	主要方法
第一阶段	2026.06—2026.07	文献整理、量表修订、专家评审、预测试	文献分析、专家咨询
第二阶段	2026.08—2026.09	正式调查、问卷发放、样本收集	问卷调查（问卷星）
第三阶段	2026.10—2026.11	数据整理、信效度分析、模型检验	SPSS、AMOS、Bootstrap
第四阶段	2026.12—2027.01	结果解释、模型修正、论文完善	理论分析、模型修正

5.结论与展望

5.1研究结论

围绕高职院校“双师型”教师专业发展的内在驱动机制，本文基于社会认知理论、职业认同理论和教师专业发展理论，构建了“工匠精神→职业认同→教师专业发展”理论模型，系统分析了三者之间的作用关系。研究认为，工匠精神不仅是教师专业发展的价值导向，还可通过职业认同促进教师专业成长，形成“价值理念—心理认同—专业发展”的作用链条。

本研究认为，工匠精神并非直接促进教师专业发展，而是首先强化教师对职业价值、职业角色和职业使命的积极认知，进而提升职业认同。职业认同作为连接职业价值理念与专业成长的重要心理机制，能够增强教师持续投入教育教学、专业学习和教学创新的动力，推动专业知识、实践技能、教学能力、科研创新及持续发展能力不断提升。

与已有研究多关注工匠精神、职业认同或教师专业发展单一变量不同，本文将三者纳入统一分析框架，以职业认同为中介变量，揭示了工匠精神影响教师专业发展的内在机制，不仅解释了工匠精神能够促进教师专业发展的事实，也进一步阐明了其作用路径，为理解高职院校“双师型”教师专业成长提供了新的理论视角。

总体而言，本文实现了工匠精神、职业认同与教师专业发展三个核心变量的有机整合，构建了“价值理念塑造—职业认同形成—专业发展提升”的理论逻辑，为后续结构方程模型实证研究提供了理论框架，也为高职院校“双师型”教师专业发展研究提供了新的理论依据。

5.2理论贡献

本文围绕高职院校“双师型”教师专业发展的内在驱动机制，基于社会认知理论、职业认同理论和教师专业发展理论，构建了“工匠精神→职业认同→教师专业发展”理论模型，系统阐释了工匠精神促进教师专业发展的作用路径。相较于已有研究，本文的理论贡献主要体现在以下三个方面。

第一，拓展了工匠精神影响教师专业发展的理论解释路径。已有研究多关注工匠精神对教师专业发展的直接影响，对其内在机制探讨相对不足。本文引入职业认同作为中介变量，构建“价值理念—心理认同—专业成长”理论框架，丰富了工匠精神促进教师专业发展的理论解释。

第二，深化了职业认同理论在职业教育教师研究中的应用。本文将职业认同置于工匠精神与教师专业发展之间，揭示其连接职业价值理念与专业成长的桥梁作用，拓展了职业认同理论在职业教育领域的应用范围。

第三，丰富了教师专业发展理论的分析视角。本文将工匠精神作为价值导向、职业认同作为心理机制纳入教师专业发展分析框架，构建“价值理念塑造—职业认同形成—专业发展提升”的理论路径，完善了教师专业发展的理论解释逻辑。

总体而言，本文在三种理论相互支撑的基础上构建了逻辑一致、具有可验证性的理论模型，为职业教育“双师型”教师专业发展的后续实证研究提供了理论依据。

5.3实践启示

本文构建的理论模型表明，高职院校“双师型”教师专业发展的持续提升，不仅依赖专业培训和制度支持，更需要重视工匠精神向职业认同的内化过程。因此，职业教育教师专业发展管理应从价值引导、心理认同和专业成长三个层面协同推进，使工匠精神真正转化为教师持续发展的内在动力。

5.3.1对高职院校教师管理的启示

本研究认为，高职院校应将工匠精神融入“双师型”教师培养全过程，而不仅局限于师德教育或技能培训。在教师发展管理中，应围绕工匠精神建立持续性的价值培育机制，使教师在企业实践、课程建设、教学竞赛和技术服务等职业活动中不断强化职业使命感和专业责任感，而不是停留于理念宣传层面。

与此同时，学校应更加关注教师职业认同的形成过程，在教师专业发展体系中增加职业认同培育环节。例如，可依托企业实践共同体、教学创新团队、名师工作室以及校企协同项目，构建教师专业交流与成长平台，使教师在真实职业情境中不断获得职业成就感、职业归属感和职业价值认同，推动工匠精神由价值理念逐步转化为稳定的专业发展行为，从而形成"工匠精神培育—职业认同增强—教师专业成长"的持续发展机制。

5.3.2对“双师型”教师专业发展的启示

对于高职院校“双师型”教师而言，专业发展不仅表现为专业知识和实践技能的提升，更体现为职业价值理念的持续内化。本研究提出的理论模型表明，教师只有将工匠精神真正转化为稳定的职业认同，才能形成持续专业成长的内在动力。

因此，教师在专业发展过程中，应主动将工匠精神融入教育教学和企业实践全过程，坚持持续学习、教学反思和实践创新，不断提升专业能力。同时，应积极参与校企合作、产业实践、课程改革和科研服务等专业活动，在真实职业教育情境中不断强化职业身份认同，促进职业价值、专业能力和教育实践之间形成良性互动，推动自身由技能提升向持续专业发展转变。

综上所述，本文提出的实践启示始终围绕"工匠精神→职业认同→教师专业发展"这一理论模型展开，其核心并非单纯增加教师培训或完善管理制度，而是通过强化工匠精神的价值引领作用，促进教师职业认同的形成，进而实现高职院校“双师型”教师专业发展的持续提升。这一实践路径也为后续实证研究验证理论模型及优化教师发展机制提供了现实参考。

5.4研究局限与未来展望

5.4.1 研究局限

本文基于社会认知理论、职业认同理论和教师专业发展理论，构建了“工匠精神→职业认同→教师专业发展”理论模型，并对变量之间的作用关系进行了系统推演。由于本文属于理论研究，研究结论主要基于文献梳理和理论分析，尚未通过大样本实证数据验证，因此模型路径及职业认同的中介机制仍属于理论解释框架，其适用性有待后续实证研究进一步检验。

本文聚焦工匠精神、职业认同和教师专业发展三个核心变量，重点探讨价值理念向专业成长转化的心理机制，未将组织支持、学校文化、领导行为及教师自我效能等外部情境因素纳入分析框架。因此，所构建的理论模型主要适用于解释高职院校“双师型”教师专业发展的核心心理机制，而非其全部影响因素。

此外，未来实证研究主要采用教师自我报告问卷进行变量测量，可能存在共同方法偏差、社会赞许性偏差及同源数据带来的测量风险。对此，应通过科学的研究设计和统计检验加以控制，以提高模型检验结果的可信度和研究结论的稳健性。

5.4.2 未来展望

针对上述研究边界，未来研究可从研究广度和研究深度两个方面进一步拓展。

在研究广度方面，可在不同地区、不同办学类型及不同专业背景的高职院校开展比较研究，进一步检验理论模型在不同职业教育情境中的适用性。同时，可将学校组织支持、校企合作环境和领导支持等外部变量纳入分析框架，进一步完善高职院校“双师型”教师专业发展的理论解释体系，丰富工匠精神作用机制的研究视角。

在研究深度方面，可基于本文构建的理论模型，采用结构方程模型检验工匠精神、职业认同与教师专业发展之间的路径关系，并运用 Bootstrap 方法验证职业认同的中介效应，进一步比较不同教师群体的作用路径差异。同时，可结合时间分离调查、多来源数据采集及共同方法偏差检验等策略，降低测量误差，提高模型检验的稳健性和研究结论的可靠性。

总体而言，本文构建的理论模型为解释高职院校“双师型”教师专业发展的内在机制提供了新的分析框架。未来可结合实证研究不断修正和完善模型，为工匠精神促进教师专业发展的理论研究提供更加充分的经验证据。

6. 参考文献

[1] 高振发。(2018)。高职院校教师职业认同与专业发展关系研究。*中国职业技术教育*, (12), 45-49。

[2] 黄卫国。(2012)。高职院校“双师型”教师专业发展路径探析。*教育与职业*, (18), 68-70。

[3] 李培根。(2015)。工匠精神与“中国制造”。*中国工业评论*, (3), 12-16。

[4] 刘志彪。(2016)。工匠精神、工匠制度与工匠文化。*南京社会科学*, (10), 1-6。

[5] 彭贤杰、陈洁、朱俊。(2022)。基于社会认知职业理论的高职院校跨界教师专业发展研究。*职教论坛*, 38(4), 89-95。

[6] 魏淑华。(2008)。*教师职业认同研究* [博士学位论文]。重庆：西南大学。

[7] 徐国庆。(2025)。“双师型”教师队伍建设的关键问题与推进路径。*中国职业技术教育*, (8), 13-19。

[8] 徐雄伟。 (2017)。 *教师专业发展*：理论与实践。 北京：高等教育出版社。

[9] 张华。 (2023)。 教师专业学习共同体：内涵、特征与构建路径. *教育研究与实验*, (2), 65-71。

[10] 尹克寒。 (2022)。 工匠精神引领下高职“双师型”教师专业能力建设研究。 *教育与职业*, (15), 67-71。

[11] 曾全胜、 刘琼。(2021)。 职业院校“工匠型”教师的内涵、特征与能力模型。*中国职业技术教育*, (25), 92-96。

[12] 张忠华、 宦婧。(2016)。教师专业发展：从外部驱动走向自觉发展。 *教育理论与实践*, 36(19), 34-37。

[13] Avalos, B. (2011). Teacher professional development in Teaching and Teacher Education over ten years. *Teaching and Teacher Education*, 27(1), 10-20.

[14] Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.

[15] Beijaard, D., Meijer, P. C., & Verloop, N. (2004). Reconsidering research on teachers' professional identity. *Teaching and Teacher Education*, 20(2), 107-128.

[16] Canrinus, E. T., Helms-Lorenz, M., Beijaard, D., Buitink, J., & Hofman, A. (2012). Self-efficacy, job satisfaction, motivation and commitment: Exploring the relationships between indicators of teachers' professional identity. *European Journal of Psychology of Education*, 27(1), 115-132.

[17] Day, C. (1999). Developing teachers: *The challenges of lifelong learning*. London: Falmer Press.

[18] Desimone, L. M. (2009). Improving impact studies of teachers' professional development: Toward better conceptualizations and measures. *Educational Researcher*, 38(3), 181-199.

[19] Guskey, T. R. (2002). Professional development and teacher change. *Teachers and Teaching*: *Theory and Practice*, 8(3), 381-391.

[20] Kelchtermans, G. (1993). Getting the story, understanding the lives: From career stories to teachers' professional development. *Teaching and Teacher Education*, 9(5-6), 443-456.

[21] UNESCO. (2025). *Global teacher report: Building the future through quality teacher education*. Paris: UNESCO Publishing.

[22]Cedefop(European Centre for the Development of Vocational Training). (2022). *Teachers and trainers in vocational education and training: The key to quality and innovation*. Publications Office of the European Union.

组织支持感、职业认同与海南高职教师工作投入关系研究——理论框架构建

A Theoretical Framework for the Relationship among Perceived Organizational Support, Professional Identity, and Work Engagement of Higher Vocational College Teachers in Hainan

林亮亮 泰国南邦国际科技学院 国际学院 邮箱：13976349012@163.com

Lin Liang-liang , International College, Lampang Inter-Tech College, Thailand.
Email:13976349012@163.com

摘要：海南自贸港建设对高职教师工作投入提出更高要求。针对现有研究缺乏对组织支持感、职业认同与工作投入三者关系的整合性探讨，且鲜少关注海南高职教师群体的不足，本研究整合社会交换理论、组织支持理论与社会认同理论，构建了“组织支持感➞职业认同➞工作投入”的理论模型，研究提出四条核心命题：组织支持感直接正向影响工作投入；组织支持感正向影响职业认同；职业认同正向影响工作投入；职业认同在组织支持感与工作投入之间发挥中介作用。该框架揭示了“外部支持—内在认同—行为投入”的层级传导机制，为后续面向海南高职教师的实证研究提供了理论基础与假设体系。

关键词：组织支持感；职业认同；工作投入；高职教师

Abstract: The construction of the Hainan Free Trade Port imposes higher demands on the work engagement of higher vocational college teachers. Addressing the lack of integrated exploration of the relationships among perceived organizational support, professional identity, and work engagement in existing research, as well as the insufficient attention to this teacher group in Hainan, this study integrates Social Exchange Theory, Organizational Support Theory, and Social Identity Theory to construct a theoretical model of "Perceived Organizational Support → Professional Identity → Work Engagement." Four core propositions are advanced: perceived organizational support has a direct positive effect on work engagement; perceived organizational support positively influences professional identity; professional identity positively influences work engagement; and professional identity mediates the relationship between perceived organizational support and work engagement. This framework reveals a hierarchical transmission mechanism of "external support – internal identity – behavioral engagement," providing a theoretical foundation and hypothesis system for future empirical studies on higher vocational college teachers in Hainan.

Keywords:perceived organizational support; professional identity; work engagement; higher vocational college teachers

1. 引言

1.1 研究背景

海南自由贸易港建设作为国家重大战略部署,对高素质技术技能人才提出了迫切需求。2025年海南自贸港进入全岛封关运作的关键阶段，现代服务业、高新技术产业、旅游业等主导产业的蓬勃发展，迫切需要大批适应产业转型升级的应用型人才。高职教育作为技术技能人才培养的主阵地，其办学质量直接关系到自贸港建设的人才支撑能力。教师是教育的第一资源，高职教师的工作投入水平直接影响课堂教学质量、实践教学指导成效与学生培养质量，进而制约高职院校服务区域经济社会发展的能力。

与此同时，职业教育正处于提质培优、增值赋能的高质量发展阶段。《国家职业教育改革实施方案》《关于推动现代职业教育高质量发展的意见》等政策文件明确提出加强职业教育教师队伍建设，提升教师专业素养与教学能力。然而，高职教师队伍建设仍面临多重挑战：工作任务繁重、职业发展通道不畅、薪酬待遇相对偏低、社会认可度不高等问题普遍存在，教师职业倦怠与流失现象时有发生。如何有效激发高职教师的工作投入，已成为职业教育研究的重要议题。

工作投入是指个体在工作中表现出的持久、积极的情感与认知状态，体现为活力、奉献与专注三个核心维度（Schaufeli et al., 2002）。对高职教师而言，工作投入不仅关乎教师的专业成长，更直接影响技术技能人才的培养质量。深入探究高职教师工作投入的影响因素及其作用机制，对于优化师资管理、提升办学质量具有重要的理论与实践价值。

1.2 问题提出

已有研究对教师工作投入的影响因素进行了较为丰富的探讨。在组织因素层面，组织支持感被证实为工作投入的重要前置变量。Rhoades 与 Eisenberger（2002）的元分析表明，组织支持感能够有效预测员工的工作投入水平。陈莉与黄晓映（2026）针对成都地区民办高职院校的研究发现，组织支持感对工作投入的影响效应（β=0.369）超过了心理资本（β=0.302）。杨莉君等（2025）对 1037 名幼儿园教师的调查表明，组织支持感对工作投入具有显著正向预测作用，且通过工作满意度的中介路径间接影响教师的工作表现。在个体因素层面，职业认同对工作投入的预测作用同样得到了验证。李岩（2018）对特殊教育教师的研究表明，职业认同能显著预测工作投入；虞力宏等（2011）对高校体育教师的实证研究也证实了职业认同对工作投入的正向影响。

然而，现有研究仍存在三方面明显不足。其一，在研究对象的覆盖上，已有成果多聚焦于东部发达地区或特定类型高职院校，针对海南自贸港建设背景下高职教师群体的专门研究极为匮乏。海南高职教育具有独特的发展环境与政策生态，自贸港建设带来的机遇与挑战、区域产业结构的特殊性、地方高职院校的办学条件与师资管理特点，都可能使教师工作投入的影响机制呈现差异化特征，亟需针对性的理论分析与实证检验。其二，在变量关系的考察上，多数研究分别探讨组织支持感对工作投入的影响或职业认同对工作投入的影响，将三者纳入统一分析框架的整合性研究尚不多见。组织支持感作为来自组织的"外部资源"，职业认同作为个体内在的"心理状态"，二者对工作投入的影响可能存在层级差异与传导机制，外部组织支持可能首先转化为教师对职业身份的积极认知，进而激发更高水平的工作投入。仅考察直接效应而忽略这一潜在的中介路径，可能导致对作用机制的理解不够深入。其三，在理论整合层面，尽管组织支持感与职业认同分别被证实对工作投入具有影响，但三者之间的内在逻辑关系缺乏系统的理论阐释，中介效应的提出缺少充分的理论推演与文献对话。

基于上述分析，本研究拟重点回应以下四个递进式研究问题：（1）组织支持感是否直接正向影响海南高职教师的工作投入？（2）组织支持感是否正向影响海南高职教师的职业认同？（3）职业认同是否正向影响海南高职教师的工作投入？（4）职业认同是否在组织支持感与工作投入之间发挥中介传导作用？四个问题分别对应理论模型中的直接效应路径与中介效应路径，据此构建整合性理论框架并提出相应研究假设，为后续实证检验奠定基础。

2. 文献综述

2.1 工作投入研究

工作投入的概念最早可追溯至 Kahn（1990）的研究，他将工作投入定义为个体将自我与工作角色相结合的过程，表现为在认知、情感与生理三个层面对工作角色的主动投入。此后，Schaufeli et al.（2002）对工作投入进行了更为系统的界定，认为工作投入是一种与工作相关的、

弥散的积极情感与认知状态，包含活力、奉献与专注三个核心维度。其中，活力指个体在工作中具有充沛的精力和心理韧性，愿意为工作付出努力；奉献指个体对工作具有强烈的意义感、热情与自豪感；专注指个体全身心投入工作并乐于沉浸其中。这一三维度结构已被国际学术界广泛采用，Utrecht 工作投入量表（UWES）成为测量工作投入的最常用工具。

在国际研究中，工作投入的前因变量可归纳为三大类：个体资源（如自我效能感、心理资本、乐观主义）、工作资源（如社会支持、绩效反馈、工作控制力）与组织因素（如组织支持感、公平氛围、领导风格）。Bakker 与 Demerouti（2007）提出的工作需求-资源模型为理解工作投入的形成机制提供了重要理论框架，认为工作资源通过激发内在动机或促进组织目标实现而提升工作投入。

中国学者对工作投入的研究起步于 21 世纪初，研究对象从企业员工逐步扩展到教师、医护人员、公务员等群体。在教师工作投入研究领域，李新翠（2016）对 1140 名中小学教师的调查发现，工作投入与职业认同呈显著正相关，与工作量呈显著负相关。针对高职教师群体的研究近年来逐渐增多。周玲等（2023）对 634 名乡村中学教师的调查进一步验证了组织支持感对教师工作投入的显著预测作用，且基本心理需求与教学幸福感在其中发挥链式中介效应。陈莉和黄晓映（2026）对民办高职院校教师的研究揭示了组织支持感对工作投入的影响机制。王玮和刘春雷（2020）的研究揭示了组织支持感对高职教师职业倦怠的影响机制，表明组织支持感是高职教师职业心理状态的重要预测变量。刘俊娉等（2019）对北京市 6 所高职院校的调查分析了工作投入水平的内部差异性。陈敏等（2018）对五年制高职教师的调查表明，时间管理倾向与工作投入呈正相关。尤玉钿与曹科岩（2018）从心理所有权角度探讨了其对高职教师工作投入的影响。

综合评价现有研究，可以发现以下特点与不足：在研究视角上，组织支持感、心理资本、自我效能感等因素对工作投入的影响已得到较为充分的验证，但多数研究采用横截面设计，难以揭示变量间的动态因果关系。在研究对象上，针对高职教师的专门研究仍相对有限，且主要集中于经济发达地区，对海南等自贸港建设地区的关注极少。在理论建构上，工作投入的整合性理论框架仍在完善之中，多个前置变量之间的交互作用与层级关系有待进一步厘清。

2.2 组织支持感研究

组织支持感的概念由 Eisenberger et al.（1986）率先提出，定义为“员工对组织重视其贡献并关心其福祉的程度的总体信念”。其理论根基在于社会交换理论，当组织通过公平的待遇、认可与关怀向员工传递积极信号时，员工会产生回馈组织的心理义务，以更高的投入和忠诚回报组织。Eisenberger et al.（1986）的实证研究表明，组织支持感能够有效预测员工的出勤率、工作绩效与组织承诺。

组织支持感的前因变量主要包括组织公平（程序公平、分配公平与互动公平）、组织奖酬与工作条件、上级支持与组织认可等（Rhoades & Eisenberger, 2002）。组织支持感的结果变量则涵盖工作态度（组织承诺、工作满意度）、工作行为（工作投入、组织公民行为、创新行为）与个体福祉（职业倦怠、心理压力）等多个层面。

中国学者对组织支持感的结构维度进行了本土化探索。凌文辁等（2006）在对企业员工的研究中提出，组织支持感包含工作支持、价值认同与关心利益三个维度。这一三维结构在此后被后续研究应用于教育组织情境时得到了进一步验证与发展。在教育领域，组织支持感研究已成为教师心理学的重要议题。刘倩（2025）基于组织支持理论，针对高职“双师型”教师提出了“制度—资源—情感”三维支持框架，强调高职院校需通过组织层面的系统性支持回应教师专业发展的诉求。王永保与许静（2021）对苏北地区五年制高职教师的调查表明，组织支持感

尚有较大的提升空间，且与职业压力呈显著负相关。

针对高职教师的组织支持感研究已有一定积累。段端等（2024）的实证研究表明，组织支持感对高职教师工作投入具有显著正向影响。张振（2020）从组织行为学视角提出，组织支持感对高职教师职业认同具有“直接组织效应”。王玮与刘春雷（2020）揭示了组织支持感对高职教师职业倦怠的影响机制。黄茂勇与胡俊杰（2020）对广东省 14 所高职院校的调查表明，校企两个层面的组织支持系统可通过教师政策感知与认知评价的链式中介机制影响企业实践效能。石俊华（2023）的质性研究发现，具有企业工作经历的高职专业教师面临的组织支持不足是制约其发展的重要成因。林晓娇（2020）对 220 名高职教师的调查表明，组织支持感对工作动机中的自主动机与控制动机具有直接正向预测作用，基本心理需求在其中起部分中介作用。

综合评价，组织支持感的理论内涵清晰，测量工具成熟，其作为工作投入重要预测变量的实证证据充分。在教育组织情境下，中国学者已对组织支持感的结构维度进行了本土化验证与发展，形成了从企业情境到教育情境的迁移基础。然而，组织支持感通过何种路径影响工作投入，尤其是通过个体心理资源（如职业认同）的间接作用机制，仍有待深入探讨。同时，高职院校作为一种兼具学术性与职业性的特殊组织类型，其组织支持的具体内涵与作用方式可能与企业组织及普通高校存在差异，需要在理论层面进一步澄清。

2.3 职业认同研究

职业认同是个体对自身所从事职业的认知、情感与行为倾向的综合体，反映了个体在职业实践中将自我角色与社会期望相融合，进而对职业价值与意义形成主观确认的过程。Beijaard et al.（2004）在对教师职业认同研究的经典综述中指出，教师职业认同是一个动态的、多层面的自我概念，涉及教师如何理解其职业角色、如何看待其作为教师的身份，以及如何在与他人和环境的互动中不断重构这一身份。Niemi（2015）则进一步从教师专业发展的整体性视角出发，强调职业认同不仅包含认知与情感维度，还应涵盖教师在特定教育生态系统中持续建构专业身份的实践维度。上述研究共同表明，职业认同的形成是一个动态的社会化过程，既受个体职业实践经验的塑造，也受社会评价与组织环境的深刻影响。

关于职业认同的结构维度，学界存在多种划分方式。魏淑华等（2013）编制的教师职业认同量表包含职业价值观、角色价值观、职业归属感与职业行为倾向四个维度。张玲燕等（2020）在综述高职教师职业认同研究时指出，高职教师的职业认同可表现为专业认同、关系认同、主体认同与实践认同等多个层面（秦上，2022）。也有研究者将职业认同简化为职业认知、职业情感与职业行为三个基本维度（李岩，2018）。

教师职业认同的影响因素可归纳为三个层次。一是宏观层面的社会环境与政策制度，包括社会对教师职业的尊重程度、教师政策与薪酬制度等。二是中观层面的学校组织环境，包括组织支持感、学校文化氛围、管理制度与领导风格等。张振（2020）从组织行为学视角提出，高职教师职业认同的形成具有组织生成逻辑——组织支持感构成其“直接组织效应”，组织承诺发挥“中介组织效应”。三是微观层面的个体特征与心理因素，包括教龄、职称、自我效能感、心理资本等。

在职业认同与工作投入的关系研究方面，两者之间的正向关联已被多项实证研究所证实。李岩（2018）对特殊教育教师的研究表明，职业认同能显著预测工作投入；虞力宏等（2011）对高校体育教师的调查发现，职业认同对工作投入具有正向预测作用，且二者的关系在不同职业发展阶段存在结构性差异；邹维兴等（2022）对西部民族地区新建本科高校教师的调查进一步发现，职业认同在心理资本与工作投入之间起中介作用。值得注意的是，李永鑫等（2014）的研究证实，职业认同在真实型领导与工作投入之间起中介作用（中介效应占总间接效应的 44.0%），说明职业认同不仅作为自变量直接影响工作投入，还扮演着将外部组织因素转化为个体行为投入的关键中介角色。

综合评价，职业认同的概念内涵已形成较为成熟的学术共识，测量维度和影响因素得到比较系统的探讨。然而，现有研究对职业认同在组织因素与工作投入之间的中介作用机制尚缺乏充分的实证检验与理论阐释，尤其是在高职教师这一特定群体中，职业认同如何承接组织支持感的影响并传导至工作投入，仍是一个有待深化的理论问题。

2.4 文献述评

通过上述文献梳理可以发现，已有研究在组织支持感、职业认同与工作投入三个领域分别形成了丰富的理论积累与实证证据，为进一步探讨三者的整合关系奠定了坚实基础。

目前已有研究形成如下共识：第一，组织支持感是工作投入的重要预测变量，组织对教师工作与生活的支持能够有效提升其工作投入水平，这一关系在多种职业群体（包括企业员工、中小学教师、高职教师、医护人员等）中得到了验证（陈莉、黄晓映, 2026；段端等，2024；Rhoades & Eisenberger, 2002）；第二，职业认同对工作投入同样具有显著的正向预测作用，教师对自身职业的积极认知与情感体验能够激发更高水平的活力、奉献与专注（李岩，2018；虞力宏等，2011；李永鑫等，2014）；第三，组织支持感与职业认同之间存在正向关联，组织对教师的支持性待遇能够增强教师对职业身份的归属感与价值感（张振，2020）；第四，职业认同在多种外部因素与工作结果之间扮演中介角色，是将“外部资源”转化为“内在动力”的重要心理机制。

但仍存在三方面不足：首先，在研究对象上，现有成果多聚焦于普通高校、中小学或东部地区高职院校，针对海南自贸港建设背景下高职教师群体的专门研究极为匮乏。海南高职教育具有独特的发展环境，包括自贸港政策红利带来的机遇、区域产业结构对人才培养的特殊要求、地方高职院校办学条件与师资管理的现实状况，可能使组织支持感对工作投入的影响机制呈现区别于其他地区的差异化特征，这一研究情境有待拓展。其次，在变量关系上，尽管组织支持感与职业认同分别被证实对工作投入具有影响，但三者的整合性研究极为有限，职业认同在组织支持感与工作投入之间的中介效应缺乏明确的实证检验。现有研究多停留在两两关系探讨层面，难以揭示组织因素通过个体心理资源影响工作投入的完整路径。再次，在理论整合上，将组织支持理论与社会认同理论进行融合分析的研究较少，组织层面的“外部支持”如何通过个体层面的“内在认同”传导至“行为投入”的逻辑链条，在理论上尚未得到系统阐释与充分论证。

因此，本研究尝试在以下方面推进理论探索：以海南自贸港建设为研究背景，聚焦高职教师这一特定群体，将社会交换理论、组织支持理论与社会认同理论进行整合，构建“组织支持感→职业认同→工作投入”的理论模型，系统阐释三者之间的内在逻辑关系，为后续针对海南高职教师的实证研究提供可检验的理论框架与假设命题。

3. 理论基础

3.1 社会交换理论

社会交换理论是理解组织与员工关系的重要理论视角。该理论认为，人际关系本质上是一种交换关系，个体在互动中遵循“互惠原则”——当一方为另一方提供价值或利益时，接受方会产生回报的义务感（Blau, 1964）。Gouldner（1960）进一步指出，互惠规范是人类社会中普遍存在的道德准则，要求个体以类似方式回应他人给予的恩惠。

将社会交换理论应用于组织情境，Eisenberger et al.（1986）提出，员工与组织之间的关系同样遵循互惠原则。当组织通过薪酬福利、工作支持、认可尊重、职业发展机会等方式向员工传递积极信号时，员工会产生回馈组织的心理义务，表现为更高的组织承诺、更强的组织公民行为、更充分的角色投入以及更低的离职倾向。

在本研究框架中，社会交换理论为理解“组织支持感→工作投入”这一路径提供了基本的理论支撑。当高职院校通过制度建设、资源供给、人文关怀等方式向教师传递组织支持时，教师根据互惠原则会产生回报组织的心理义务。工作投入在教学、科研、社会服务等方面投入更多精力与热情，正是教师回报组织的最直接方式之一。需要指出的是，社会交换理论解释的是一种基于“交换”的动机机制，而从外部支持到行为投入的转化并非自动发生，其间的心理过程需要进一步的理论中介来解释。

3.2 组织支持理论

组织支持理论由 Eisenberger et al.（1986）在社会交换理论基础上发展而来，其核心概念为组织支持感。该理论认为，为了满足情感需求和评估组织对自身贡献的重视程度，员工会通过“拟人化”的认知过程，将组织视为具有意志的实体，并形成关于组织是否重视其贡献、关心其福祉的整体信念。

组织支持理论的核心命题包括三个方面。第一，组织支持感的形成机制：员工通过观察组织对其的待遇方式（薪酬公平性、上级认可度、晋升机会、工作保障等），推断组织对自身的承诺与关怀程度。Rhoades 与 Eisenberger（2002）的元分析表明，组织公平、组织奖酬与工作条件、上级支持是组织支持感的三大前因。第二，组织支持感影响员工行为的心理机制：根据互惠原则，高水平的组织支持感会增强员工对组织的义务感与情感承诺，进而促使其以积极的工作态度和行为回报组织；同时，组织支持感还能满足员工的归属感、自尊与认可等社会情感需求，增强其对工作的内在认同与融入感。第三，组织支持感的边界条件：其对员工行为的影响受到个体特征（如交换意识）与情境因素（如领导风格、组织文化）的调节。

在本研究框架中，组织支持理论为解释组织层面的支持性实践如何转化为教师个体的积极态度提供了直接的理论基础。当高职院校为教师提供制度支持（合理的绩效考核、清晰的晋升通道）、资源支持（教学设备、科研经费、培训机会）与情感支持（领导关怀、同事合作、尊重认可）时，教师会形成较高的组织支持感。这种组织支持感一方面基于互惠原则直接激发教师的工作投入，另一方面也会通过满足教师的社会情感需求、增强其对职业身份的积极评价，间接促进工作投入的提升。

3.3 社会认同理论

社会认同理论由 Tajfel 与 Turner（1979）提出，用于解释个体如何通过对社会群体身份的认同来构建自我概念。该理论认为，自我概念由个人认同与社会认同两个层面构成：个人认同基于个体独特的个人特质与经历，社会认同则源于个体对自己所从属的社会群体（如职业群体、组织群体）的认知与情感联系。社会认同的形成经历三个基本心理过程：社会分类（个体将自己归入特定群体）、社会比较（将内群体与外群体进行对比）与积极区分（追求内群体的正面独特性以提升自尊）。

Ashforth 与 Mael（1989）将社会认同理论引入组织行为学领域，提出组织认同是个体以组织成员身份来定义自我的程度。类似地，职业认同可以被理解为个体以职业群体成员身份来定义自我的程度，当教师认同“高职教师”这一职业群体的价值观、规范与使命时，这一职业身份就成为其自我概念的重要组成部分。

社会认同理论对于理解职业认同在组织支持感与工作投入之间的中介作用具有关键的解释力。具体而言，当教师感受到来自学校的组织支持时，这种支持性体验构成了对高职教师职业的积极“社会评价”线索。根据社会认同理论，个体通过社会比较形成对所属群体的评价；而组织提供的支持（薪酬待遇、工作条件、专业发展机会、社会认可等）实际上构成了社会比较的重要信息，它暗示着社会对这一职业的价值定位。感知到较高组织支持的教师，更倾向于认为“高职教师是一个受重视的职业”，这种积极的职业群体评价会被内化为职业认同（对自身

作为高职教师这一身份的积极情感与价值肯定），进而激发更高水平的工作投入。

简言之，社会认同理论揭示了从“组织支持”到“职业认同”再到“工作投入”的完整心理链条：组织支持提供了关于职业群体价值的“外部信号”，职业认同是这一信号被个体接受并内化后的“心理结果”，工作投入是这一积极认同状态下的“行为表达”。三个理论——社会交换理论、组织支持理论与社会认同理论，在本研究框架中形成了从行为交换逻辑到组织认知逻辑再到社会认同逻辑的递进式解释体系，共同为理解组织支持感通过职业认同影响工作投入的机制提供了理论支撑。

4. 理论分析与框架构建

4.1 组织支持感对工作投入的直接效应

组织支持感对工作投入的正向预测作用是本研究模型的核心路径之一。从社会交换理论的视角来看，当高职院校在制度层面（完善的绩效考核体系、公平的晋升机制）、资源层面（充足的教学设备、科研经费保障、培训机会）和情感层面（领导的人文关怀、同事间的合作互助、对教师贡献的认可尊重）提供充分支持时，教师会产生强烈的互惠义务感，以更高的工作投入作为回报，在教学中投入更多精力（活力）、对教育事业怀有更深认同与热情（奉献）、沉浸于教学科研活动之中（专注）。

从组织支持理论的视角来看，组织支持感不仅通过交换机制发挥作用，还能满足教师的社会情感需求。Rhoades 与 Eisenberger（2002）的元分析表明，组织支持感能够满足员工对认可、归属与情感支持的基本需求，增强员工与组织的情感纽带。对高职教师而言，由于社会对职业教育的认可度相对偏低，来自组织的支持性信号，如学校对教师教学成果的肯定、对专业发展的投入、对职业价值的认可尤为重要，能够弥补外部社会环境认可不足的缺憾，增强工作的内在积极性。

已有实证研究为这一路径提供了充分证据。陈莉与黄晓映（2026）对民办高职教师的研究发现，组织支持感对工作投入的影响效应（β=0.369）超过了心理资本（β=0.302）。张勤娥等（2026）对护理人员的研究同样证实，组织支持感与工作投入呈正相关（r=0.597），变革疲劳在二者之间起部分中介作用。值得注意的是，在海南自贸港建设的特殊情境下，上述效应可能进一步增强自贸港建设对技术技能人才培养提出的紧迫需求，使得高职教师的工作投入直接关系到区域产业升级的人才供给，这一宏观政策背景可能强化教师对组织支持信号的敏感度，从而放大组织支持感对工作投入的激励效应（H1 的情境化增强效应）。综合上述理论分析与实证证据，本研究提出 H1：组织支持感对海南高职教师的工作投入具有显著正向影响。

4.2 组织支持感对职业认同的影响

组织支持感对职业认同的影响是本研究模型关键中介路径的起点。从社会认同理论的视角来看，个体对所属职业群体的认同水平，在很大程度上取决于该职业群体在社会比较中所获得的评价。组织对教师的支持性待遇——薪酬水平、工作条件、培训发展机会、组织文化氛围等构成教师进行社会比较的重要参考信息。当教师感知到组织对其工作贡献的认可、对专业成长的投入、对职业价值的尊重时，这些支持性信号会被整合为对“高职教师”这一职业群体社会地位与价值的积极判断，从而增强教师以“高职教师”身份定义自我的意愿与情感联系。

从资源保存理论的视角来看，组织支持感作为一种重要的“外部工作资源”，能够帮助教师有效应对职业实践中的压力与挑战，减少资源损耗，增强职业效能感。当教师在组织支持的保护下能够顺利开展教学活动、持续提升专业能力、获得职业成就感时，这些积极职业体验会累积为对职业身份的积极评价，进而提升职业认同水平。反之，组织支持不足则可能使教师陷入资源匮乏状态，长期面临工作压力而缺乏有效支持，容易导致对职业价值的怀疑与动摇。

张振（2020）从组织行为学视角明确指出，高职教师职业认同的形成具有组织生成逻辑，组织支持感构成其“直接组织效应”。在组织支持理论框架下，学校提供的制度保障、资源供给与情感关怀共同构成了教师感知组织支持的多维来源，这些支持性体验直接塑造着教师对职业群体的归属感与价值判断。基于上述分析，本研究提出 H2：组织支持感对海南高职教师的职业认同具有显著正向影响。

4.3 职业认同对工作投入的影响

职业认同对工作投入的预测作用是本研究模型的另一条核心路径。当教师形成高水平的职业认同时，意味着教师将“高职教师”这一职业身份内化为自我概念的重要组成部分，对职业怀有深厚的情感依恋与价值信念。这种内在的职业信念能够转化为持久的工作动力，促使教师在教学、科研等专业实践中投入更多的精力与热情。

从自我决定理论（Deci & Ryan, 2000）的视角来看，职业认同反映了教师在职业选择与发展过程中自主性、能力感与归属感需求的满足程度。当教师具有高职业认同时，其工作动机更多地表现为内化动机与整合动机，因认同教学工作的内在价值与意义而主动投入，而非为了外部奖惩而被动工作。这种内在驱动的投入质量更高、持续性更强，表现为工作投入中“活力”“奉献”与“专注”水平的全面提升。

已有实证研究为职业认同与工作投入的正向关系提供了较为充分的证据。李岩（2018）对 253 名特殊教育教师的研究表明，职业认同能显著预测工作投入。虞力宏等（2011）对高校体育教师的调查发现，职业认同对工作投入具有正向预测作用，且在不同职业发展阶段存在结构性差异。李永鑫等（2014）的研究进一步证实，职业认同在组织因素与工作投入之间发挥中介作用。邹维兴等（2022）对西部民族地区高校教师的实证研究也证实，职业认同在心理资本与工作投入之间具有中介效应。基于上述分析，本研究提出 H3：职业认同对海南高职教师的工作投入具有显著正向影响。

4.4 职业认同的中介作用

职业认同在组织支持感与工作投入之间的中介作用是本研究的核心命题，三者构成“组织支持感（外部资源）→职业认同（内部心理）→工作投入（行为表现）”的完整传导链条。

本研究的理论主线为社会交换理论——组织提供支持，教师基于互惠原则以积极态度和行为回报（Blau, 1964；Gouldner, 1960）。然而，仅凭交换逻辑难以充分解释组织支持为何能够转化为持久、稳定的内在工作动力。社会认同理论在此提供了关键的补充性解释（Tajfel & Turner, 1979；Ashforth & Mael, 1989）：组织支持性实践不仅作为“交换资源”触发互惠性回报（H1 的直接路径），更重要的是传递了关于“高职教师职业价值”的积极社会信号。教师通过社会比较将这一信号内化为对职业群体的积极评价，进而形成高水平的职业认同；而这一强化的职业认同一旦形成，便成为工作的内在动力源泉，以自我决定的方式驱动其在专业实践中投入更多的活力、奉献与专注（Deci & Ryan, 2000）。组织支持理论在此框架中扮演辅助角色，为组织支持感的内涵结构（工作支持、价值认同与关心利益三个维度）提供了理论依据（Eisenberger et al. 1986；Rhoades & Eisenberger, 2002）。简言之，社会交换理论解释了“为何回报”（互惠义务），社会认同理论则补充解释了“何以持久”（身份内化），组织支持通过提升教师对职业群体的社会评价与自我认同，将外部激励转化为内在动机，实现从“被动回馈”到“主动投入”的质变。

职业认同在组织支持感与各类工作结果之间的中介作用已在高校辅导员（董元吉等，2024）与幼儿园教师（于海琴等，2025）等群体中得到验证，表明这一中介机制具有跨群体的稳健性。直接效应反映了基于交换逻辑的行为调整，教师因感受到组织支持而增加工作投入以“偿还”组织；中介效应则反映了更深层次的身份认同转化，当职业群体的积极评价被内化为自我概念

的一部分时，工作投入的动机基础便从“外部交换”转向“内在认同”。两条路径并存且互补，共同解释了组织支持感影响工作投入的完整机制。对于海南高职教师而言，这一中介路径尤为关键：自贸港建设背景下，组织支持不仅能够直接激发教师的工作投入，更能通过增强职业认同，让教师切实感受到自身工作对自贸港建设的价值与意义，从而形成长期、稳定的内在工作动力。基于上述理论分析，本研究提出核心假 H4：职业认同在组织支持感与海南高职教师工作投入之间起中介作用。

4.5 理论框架模型

综合上述理论分析与研究假设，本研究构建了如图 1 所示的研究理论模型框架图。该模型以组织支持感为自变量，以工作投入为因变量，以职业认同为中介变量，包含四条核心假设路径：组织支持感→工作投入（H1）、组织支持感→职业认同（H2）、职业认同→工作投入（H3）以及组织支持感→职业认同→工作投入的中介路径（H4）。

模型中，组织支持感被界定为高职教师感知到的来自学校组织层面的整体性支持，涵盖工作支持、价值认同与关心利益等维度。职业认同被界定为教师对“高职教师”这一职业身份的认知评价、情感归属与价值认同。工作投入被界定为教师在教学与专业工作中表现出的活力、奉献与专注状态。下图为组织支持感、职业认同与高职教师工作投入关系的研究理论模型框架。

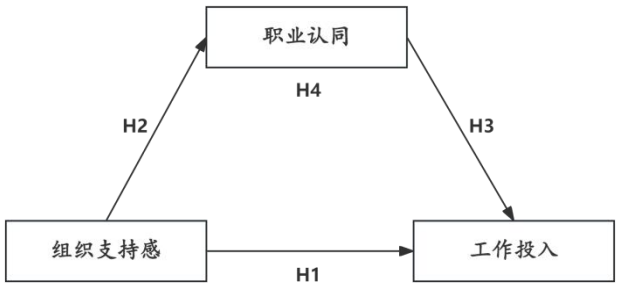


图 1：研究理论模型框架图
资料来源：本研究整理

该模型的理论贡献在于：第一，将组织支持理论与社会认同理论进行整合，提出了“外部组织资源→内部心理资源→行为投入”的层级传导机制，超越了以往研究多局限于两两关系探讨的不足；第二，明确将职业认同定位为中介变量，揭示了组织支持感影响工作投入的“意义转化”路径，丰富了对工作投入形成机制的理论理解；第三，模型聚焦海南自贸港建设背景下的高职教师群体，为后续针对该群体的实证研究提供了可操作化的理论框架与假设体系。

5. 研究结论与展望

5.1 理论贡献

本研究基于社会交换理论、组织支持理论与社会认同理论的整合视角，构建了“组织支持感→职业认同→工作投入”的理论模型，理论贡献主要体现在以下两个方面。

第一，在理论整合层面，本研究将组织支持感、职业认同与工作投入纳入统一的分析框架，构建了“外部支持→内在认同→行为投入”的层级传导模型，揭示了组织支持感影响工作投入的直接路径与经由职业认同的间接路径，为理解工作投入的形成机制提供了更为完整的理论图景。同时，社会交换理论、组织支持理论与社会认同理论的有机整合，形成了以社会交换理论为主逻辑（解释"为何回报"）、以组织支持理论辅助界定支持内涵、以社会认同理论补充解释中介机制（解释"何以持久"）的层级化解释体系。

第二，在研究情境层面，本研究聚焦于海南自贸港建设背景下的高职教师群体，拓展了高职教师工作投入研究的情境边界。自贸港独特的政策环境与发展阶段赋予了海南高职教育特殊的发展情境，本研究构建的理论模型为后续针对该区域教师的实证研究提供了分析框架与假设基础，且在假设推演中已对情境因素的可能调节方向进行了初步理论预判。

5.2 研究局限与未来展望

本研究为理论导向的框架建构，尚未开展实证检验，存在一定局限，未来研究可从以下方向推进。

第一，开展实证检验以验证模型有效性。建议在海南省高职院校中开展问卷调查，采用成熟量表对 H1 至 H4 进行结构方程模型检验，评估模型的拟合优度与各假设路径的显著性，从而验证本研究所构建理论框架的实证适配性。

第二，引入边界条件与拓展研究方法以深化理论认知。未来研究可探讨教龄、职称、学校类型等变量在本模型中的调节作用，或考察心理资本、自我效能感等是否与职业认同形成链式中介效应，进一步明确模型的适用边界与作用条件。在研究方法上，可采用纵向追踪设计考察变量间的动态因果关系，或引入质性研究方法深入理解海南高职教师职业认同形成的过程性与情境性特征，也可关注自贸港政策感知等情境变量在本模型中的调节或中介作用，以丰富对模型外部效度的理解。

6. 参考文献

[1]陈莉、黄晓映（2026）。民办高职院校教师工作投入的影响机制与差异化效应——基于成都地区的混合研究。*现代职业教育，(3)*，81-84。

[2]陈敏、郭加佳、陈娟（2018）。五年制高职教师时间管理与工作投入的相关性研究。*卫生职业教育，36 (21)*，133-135。

[3]董元吉、周月华、刘成、高延飞(2024)。组织支持感对高校辅导员职业能力的影响——职业认同的中介作用。*教育理论与实践，44 (3)*，38-42。

[4]黄茂勇、胡俊杰（2020）。企业实践支持系统何以提升高职教师教学科研效能——基于广东省 14 所高职院校的实证调查。*中国职业技术教育，(15)*，89-96。

[5]李新翠（2016）。中小学教师工作投入与工作量状况调查。*中国特殊教育，(5)*，83-90。

[6]李岩（2018）。特殊教育教师职业认同与工作投入的关系研究。*中国特殊教育，(8)*，11-17。

[7]李永鑫、周海龙、田艳辉（2014）。真实型领导影响员工工作投入的多重中介效应。*心理科学，37 (3)*，716-722。

[8]林晓娇（2020）。组织支持感对高职教师工作动机的影响：基本心理需求的中介作用。*中国健康心理学杂志，28 (8)*，1203-1207。

[9]凌文辁、杨海军、方俐洛（2006）。企业员工组织支持感的影响因素研究。*心理科学，29 (2)*，402-404。

[10]刘俊娉、张贵英、邓先丽（2019）。北京市高职教师工作投入现状及特点。*现代职业教育，(35)*，246-247。

[11]刘倩（2025）。组织支持理论视角下高职“双师型”教师专业发展路径研究。*广东职业技术教育与研究，(5)*，18-22。

[12]石俊华（2023）。跨界、转型与在场：具有企业工作经历的高职专业教师发展困境及成因。*职教论坛,39(4)*，73-81。

[13]王玮、刘春雷（2020）。组织支持感对高职教师职业倦怠的影响机制研究。*职业技术教育，41(13)*，52-57。

[14]魏淑华、宋广文、张大均（2013）。我国中小学教师职业认同的结构与量表。*教师教育研究，25(1)*，55-60+75。

[15]杨莉君、李婷、周泸越（2025）。组织支持感对幼儿园教师家庭教育指导能力的影响：工作满意度与工作投入的链式中介作用。*教师教育研究，37(5)*，122-128。

[16]于海琴、李娜、林铖(2025)。 组织支持感对幼儿园教师深层情绪劳动策略的影响——职业认同的中介作用和园所等级的调节作用。*中国人民大学教育学刊，(1)*，83-95+181-182。

[17]尤玉钿、曹科岩(2018)。高职院校教师心理所有权对工作投入的影响研究。*高教探索，(10)*，79-83。

[18]虞力宏、汤国杰、高可清（2011）。高校体育教师职业认同与工作投入的关系研究。*中国体育科技,47(6)*，136-141。

[19]张玲燕、肖颖、杨晓（2020）。高职院校教师职业认同研究综述。*职教通讯，(1)*，71-77。

[20]张勤娥、张莉莉、李晓倩、高萌（2026）。变革疲劳在护理人员组织支持感与工作投入间的中介效应。中国护理管理，26(2)，251-255。

[21]张振(2020)。组织行为视阈下高职教师职业认同提升策略。*中国职业技术教育，(36)*，42-46。

[22]周玲、王静、刘智（2023）。组织支持感对乡村中学教师工作投入的影响——基本心理需求和教学幸福感的链式中介作用。*教育学术月刊，(11)*，65-71。

[23]邹维兴、丁湘梅、郑玉国、谢玲平、王洪礼（2022）。西部民族地区新建本科高校教师心理资本对其工作投入的影响——职业认同和工作满意度的中介作用。*教师教育研究,34(6)*，53-60。

[24]Ashforth, B. E. & Mael, F. (1989). Social identity theory and the organization. *Academy of Management Review, 14(1),* 20-39.

[25]Bakker, A. B. & Demerouti, E. (2007). The job demands-resources model: State of the art. *Journal of Managerial Psychology, 22(3),*309-328.

[26]Blau, P. M. (1964). *Exchange and power in social life.* New York, Wiley.

[27]Beijaard, D., Meijer, P. C. & Verloop, N. (2004). Reconsidering research on teachers‘ professional identity. *Teaching and Teacher Education, 20(2),* 107-128.

[28]Deci, E. L. & Ryan, R. M. (2000). The “what” and “why” of goal pursuits: Human needs and the self-determination of behavior. *Psychological Inquiry, 11(4),* 227-268.

[29]Eisenberger, R., Huntington, R., Hutchison, S. & Sowa, D. (1986). Perceived organizational support. *Journal of Applied Psychology, 71(3),* 500-507.

[30] Gouldner, A. W. (1960). The norm of reciprocity: A preliminary statement. *American Sociological Review, 25(2),*161-178.

[31] Kahn, W. A. (1990). Psychological conditions of personal engagement and disengagement at work. *Academy of Management Journal, 33(4),*692-724.

[32] Niemi, H. (2015). Teacher professional development in Finland: Towards a more holistic approach. Psychology, *Society and Education, 7(3),* 279-294.

[33] Rhoades, L. & Eisenberger, R. (2002). Perceived organizational support: A review of the literature. *Journal of Applied Psychology, 87(4),*698-714.

[34] Schaufeli, W. B.Salanova, M., González-Romá, V., & Bakker, A. B. (2002). The measurement of engagement and burnout: A two sample confirmatory factor analytic approach. *Journal of Happiness Studies, 3(1),*71-92.

[35] Tajfel, H. & Turner, J. C. (1979). An integrative theory of intergroup conflict. In W. G. Austin & S. Worchel (Eds.), *The social psychology of intergroup relations* (pp. 33-47). Monterey, CA: Brooks/Cole.

“新工科”背景下机械工程实训课程教学改革与实践——以钳工实训课程为例

Teaching Reform and Practice of Mechanical Engineering Practical Training Courses under the "New Engineering Education" Framework: A Case Study of Fitter Practical Training Courses

汤智成 泰国南邦国际科技学院 邮箱：953922516@qq.com

Tang Zhi-cheng, International College,Lampang Inter-Tech College,Thailand.Email:953922516@qq.com

摘要：新工科建设聚焦高素质、创新型、应用型工程人才培养，强调工程教育与产业发展、科技创新深度融合，对机械工程实训课程的教学模式、内容体系和育人质量提出了全新要求。钳工实训作为机械专业核心实践课程，是培养学生动手操作能力、工程素养、工匠精神的关键载体，在机械工程人才培养体系中具有不可替代的作用。当前传统钳工实训教学存在教学内容陈旧、教学模式单一、校企衔接脱节、考核评价片面、创新育人不足等诸多问题，难以适配智能制造时代机械行业人才需求与新工科育人目标。本文以机械工程专业钳工实训课程为研究对象，立足新工科建设核心理念，系统分析课程教学现状及存在的痛点问题，从教学内容重构、教学模式创新、实训体系优化、考核机制完善、师资队伍建设五个维度开展教学改革实践，构建“阶梯化、项目化、信息化、职业化”的新型钳工实训教学体系。通过教学实践验证，改革后的课程有效激发了学生实训主动性，提升了学生实操技能、创新思维和工程综合素养，实现了技能训练、素养培育、创新赋能的多元育人目标，为新工科背景下机械类实训课程教学创新提供了可行的实践参考与改革思路。

关键词：新工科；机械工程；钳工实训；教学改革；实践教学

Abstract； The construction of emerging engineering education focuses on the cultivation of high-quality, innovative, and applied engineering talents, and emphasizes the in-depth integration of engineering education with industrial development and scientific and technological innovation, which puts forward new requirements for the teaching mode, content system and education quality of mechanical engineering training courses. As a core practical course for mechanical majors, fitter training serves as a key carrier to cultivate students’ practical operation ability, engineering literacy and craftsman spirit, and plays an irreplaceable role in the talent training system of mechanical engineering. The traditional fitter training teaching currently has many problems, including outdated teaching content, single teaching mode, insufficient school-enterprise integration, one-sided assessment and evaluation, and inadequate innovative education, which fail to adapt to the talent demands of the machinery industry in the intelligent manufacturing era and the training objectives of emerging engineering education. Taking the fitter training course of mechanical engineering

major as the research object and based on the core concept of emerging engineering construction, this paper systematically analyzes the current teaching situation and existing problems of the course. Teaching reform and practice are carried out from five dimensions: restructuring teaching content, innovating teaching modes, optimizing the training system, improving the assessment mechanism, and constructing the teaching staff. A new ladder-based, project-based, informationized and professionalized teaching system for fitter training is constructed. Teaching practice verification shows that the reformed course effectively stimulates students' initiative in training, improves their practical operation skills, innovative thinking and comprehensive engineering literacy, and realizes the multiple educational goals of skill training, literacy cultivation and innovation empowerment. It provides feasible practical references and reform ideas for the teaching innovation of mechanical practical courses under the background of emerging engineering education.

Key words： emerging engineering education; mechanical engineering; fitter training; teaching reform; practical teaching

1. 引言

钳工实训是机械工程实训体系中基础性、实践性与综合性极强的核心课程，划线、锯削、锉削、钻孔、攻丝套扣、零部件装配与调试等传统钳工工艺，是精密机械加工、非标零件制作、设备装配维修、工装调试优化的底层基础工艺，是所有机械工程技术人员必须掌握的核心基本功。同时，钳工实训依靠手工精细化操作的特性，是培养学生严谨细致的工程态度、精益求精的工匠精神、规范标准的工程意识的核心实训载体。但长期以来，中国多数高校钳工实训沿用传统固化的教学模式，教学内容多年未迭代更新，以重复性基础手工技能训练为主，内容单一、同质化严重，未融入智能制造、精密检测、数字化装配等现代产业新技术、新工艺，与企业真实生产工况和岗位需求严重脱节。教学方式固化为“教师演示、学生模仿、机械复刻”的被动式教学模式，缺乏自主探究、项目设计、问题攻关、创新优化的教学环节，难以调动学生的主观能动性。同时，课程考核过度侧重最终工件成型质量，忽视实训过程、操作规范、创新改进、团队协作等综合素养评价，形成了“重技能、轻创新，重结果、轻过程，重训练、轻素养”的教学弊端，无法适配新工科复合型人才的培养标准。

在此产业与教育双重改革的背景下，传统钳工实训的固化教学模式已然无法适配新时代工程教育改革要求，也难以满足智能制造产业对高素质机械工程人才的岗位需求。为有效破解当前钳工实训教学存在的诸多痛点，打通校园实践教学与企业工程应用的壁垒，本文立足新工科建设核心理念与育人目标，结合机械行业发展趋势、企业岗位标准与高校实训教学实际，以钳工实训课程为具体研究载体，系统梳理课程教学短板与不足，从教学内容、教学模式、实训体系、考核机制、师资建设五个维度开展系统性教学改革与实践研究，构建适配新工科育人要求、贴合现代产业需求的新型实训教学体系。本次研究旨在全面提升钳工实训课程教学质量，夯实学生机械实操基础，培育学生工程创新思维与综合实践能力，塑造优良的职业工匠精神，为新工科背景下机械类实践课程的提质升级、教学创新以及复合型工程人才培养提供有效的实践参考与理论支撑。

1.1 研究背景及意义

1.1.1 研究背景

（1）新工科建设的政策与行业背景

新工科建设是中国高等工程教育面向新一轮科技革命、产业变革实施的战略性升级工程，是传统工科专业迭代革新、新兴工科专业布局发展的核心指导方针。随着中国制造业全面推进数字化、智能化、高端化转型升级，高端装备制造、精密机械加工、智能装备装配、工业自动化等新兴产业快速崛起，彻底颠覆了传统机械加工粗放式、经验式的生产模式。现代制造业更加注重加工精度、装配一致性、工艺创新性、生产规范性以及设备运维智能化，对机械工程技术人才的知识结构、实操能力、创新素养与职业品格提出了全方位、高层次的全新要求。以往行业所需的单一操作型、技能复刻型技工已无法适配现代化生产需求，市场亟需大量具备扎实机械基础、系统工程思维、持续创新能力与严谨工匠精神的复合型、应用型工程技术人才。在此行业变革大背景下，传统高等机械工程教育模式的短板逐步凸显，重理论讲授、轻实践创新，重统一教学、轻岗位适配的培养方式，难以对接产业岗位新标准。为此，教育部持续推进新工科建设行动计划，明确提出工程教育必须主动服务产业转型升级，坚持“立德树人、产教融合、创新赋能、知行合一”的育人理念，推动所有传统工科实践课程提质升级，重构适配新时代的工程人才培养体系，为机械类实训课程教学改革提供了坚实的政策依据与改革导向。

机械工程实训作为机械专业人才培养不可或缺的核心实践环节，是串联课堂理论知识与企业工程实践的关键桥梁，直接决定学生工程实践能力与职业素养的培育质量。其中，钳工实训是机械实训体系中历史最久、基础性最强、素养培育价值最高的核心课程，所有精密零件加工、非标构件制作、机械装配调试、设备维修优化等工程工作，均离不开钳工基础工艺的支撑。无论是智能制造生产线的精密装配，还是高端装备零部件的修配调试，钳工精细化、柔性化、高精度的手工工艺能力，都是智能化设备无法完全替代的核心工程能力。因此，钳工实训课程不仅承担着技能训练的教学任务，更肩负着培养学生规范意识、精度意识、工程意识与工匠精神的育人使命。但目前多数高校钳工实训课程仍沿用十年前的传统教学体系，课程迭代速度远滞后于制造业技术革新速度，教学内容、教学模式、评价体系与新工科育人标准、现代企业岗位需求存在明显脱节。在此背景下，全面梳理传统实训教学短板，系统性开展钳工实训课程教学改革，推动传统基础实训课程现代化、创新化、职业化升级，是落实新工科建设政策、适配制造业转型升级、提升机械工程人才培养质量的必然选择。

(2) 传统钳工实训课程教学现存问题

结合中国多所本科高校机械专业实训教学调研数据以及企业岗位需求走访结果来看，当前传统钳工实训教学体系存在多维度、系统性的短板，教学滞后性问题突出，无法支撑新工科复合型工程人才的培养目标，也难以匹配智能制造时代机械行业岗位用人标准，具体问题主要集中在以下五个方面。

第一，教学内容陈旧固化，产业适配性严重不足。现阶段高校钳工实训教学内容普遍存在更新滞后、内容单一、同质化严重的问题，课程内容长期围绕划线、锯削、锉削、钻孔、攻套螺纹等基础重复性操作展开，以简单零件复刻加工为主要实训任务。实训内容局限于传统手工基础技能训练，完全忽略现代制造业普及的精密检测技术、数字化装

配工艺、工装夹具优化、零件精度修正、非标结构创新设计等新型实训内容，未融入智能制造、精密制造、绿色制造等行业新技术与新工艺。学生长期开展低重复性、低创新性的基础训练，无法接触企业真实的精密加工、装配调试工艺流程，导致学生知识技能结构单一，与现代企业岗位需求脱节，毕业后需要企业二次培训才能上岗，大幅降低了人才培养效率与就业适配度。

第二，教学模式僵化单一，学生创新能力培育缺失。传统钳工实训普遍采用“教师集中讲解+标准化示范+学生机械模仿+统一进度实训”的灌输式、被动式教学模式，教学流程高度固化、教学方式千篇一律。在整个实训过程中，学生完全按照教师既定步骤、标准工艺完成零件加工任务，无需自主思考工艺方案、无需分析加工误差、无需优化加工流程，自主探究空间被严重压缩。枯燥的重复性训练、被动式的学习状态，导致学生实训积极性、主动性普遍偏低，多数学生仅以完成实训任务、拿到合格成绩为最终目标，缺乏主动钻研、创新优化、攻坚克难的学习动力。长期固化的教学模式，不仅无法培养学生独立分析问题、解决工程问题的能力，更严重制约了学生创新思维与工程探究能力的发展，与新工科创新型人才培养目标背道而驰。

第三，实训体系碎片化严重，缺乏层级化、系统化设计。多数高校钳工实训采用短期集中实训模式，实训周期短、内容零散、知识点割裂，未构建循序渐进、层层递进的阶梯化实训体系。课程设计缺乏整体性思维，基础技能训练、专项能力提升、综合工程应用、创新设计拓展各模块相互脱节，未能将机械设计、机械制图、公差配合、材料力学、精密检测等前置专业理论知识与实训操作深度融合。学生在实训过程中只能掌握零散的单项操作技能，无法建立系统化的工程知识体系，难以理解工艺设计原理、加工误差成因、装配配合逻辑，导致学生只会“动手操作、不懂原理逻辑”，无法实现知识迁移与综合应用，难以胜任复杂的工程实操任务。

第四，考核评价体系片面单一，育人导向存在偏差。传统钳工实训考核机制过度功利化，长期采用“重结果、轻过程，重成品、轻素养”的单一评价模式，主要以最终实训工件的外观、尺寸精度作为唯一评分依据，忽视实训全过程的综合表现。对于学生实训过程中的操作规范性、安全文明实训意识、工艺创新改进、问题排查能力、小组协作能力、实训态度与钻研精神等核心素养维度缺乏考核标准。单一的评价导向直接导致学生普遍存在“重成品、轻过程，重分数、轻积累”的学习心态，一味追求工件合格，忽视操作规范的养成、工艺能力的提升和职业素养的塑造，严重制约了学生综合职业能力的发展，无法实现新工科“知识、能力、素养”三位一体的育人目标。

第五，产教融合深度不足，校企协同育人机制不完善。当前高校钳工实训教学大多封闭在校内实训场地开展，实训项目设计、实训标准制定、实训设备配置均以校内教学经验为依据，与企业真实生产工况、行业技术标准、岗位作业规范严重脱节。高校与制造企业的合作多停留在浅层观摩、短期走访层面，缺乏企业真实生产项目、真实工艺案例、真实岗位任务的深度融入，企业资深技师、工艺工程师无法常态化参与实训教学。学生在校实训接触的工艺标准、加工流程与企业实际生产存在较大差距，缺乏真实工程场景的历练，工程应用能力、岗位适配能力薄弱，难以满足智能制造企业对高素质工程技术人才的岗位要求。

1.1.2 研究意义

在中国新工科教育全面落地、制造业加速转型升级、高端装备产业快速发展的多重时代背景下，针对传统钳工实训课程开展系统性教学改革与实践研究，精准破解当前实践教学的各类痛点问题，具有十分重要的理论研究价值与工程实践价值，能够有效完善机械工程实践教学体系，推动高校工程教育与现代产业深度融合，为复合型机械人才培养提供有力支撑。

（1） 理论意义

从理论研究层面来看，当前中国学术界关于新工科教学改革的研究多集中于智能制造、数控技术、机械设计等新兴课程或理论课程，针对传统钳工实训这类基础实践课程的系统性、精细化改革研究相对匮乏，现有研究普遍存在改革体系零散、理论支撑薄弱、育人逻辑不清晰、改革框架不完整等问题，尚未形成适配新工科育人理念的钳工实训标准化改革体系。本文以钳工实训课程为切入点，深度契合新工科“创新驱动、产业适配、素养为先”的核心育人内核，结合四大教育理论构建了“内容重构、模式创新、体系优化、评价完善、师资赋能”五位一体的系统化改革框架，进一步丰富和细化了新工科背景下传统工科基础实践课程的改革理论体系。同时，本文明确了基础实训课程“技能训练+能力提升+创新培育+素养塑造”的多元育人逻辑，弥补了传统实训改革研究重实践、轻理论、重技能、轻育人的研究短板，为同类高校机械工程基础实训课程的转型升级、教学创新提供了系统的理论参考与范式借鉴，进一步完善了机械工程实践教学的理论体系。

（2） 实践意义

从工程实践层面来看，本次教学改革具备极强的落地性与应用价值，能够有效解决传统钳工实训教学与产业脱节、创新不足、育人单一的现实痛点。在人才培养层面，通过构建分层递进的实训内容体系、混合式教学模式和全过程评价机制，彻底改变学生被动实训的学习状态，在夯实学生钳工基础实操技能的同时，重点培育学生工程创新思维、工艺优化能力、问题排查能力与团队协作素养，实现单一技能训练向综合能力培育的转型，全面提升机械专业学生的综合竞争力与岗位适配度。在教学发展层面，本次改革形成的标准化、可复制、可推广的实训教学体系，能够直接应用于高校机械类专业实训教学，有效提升实践课程教学质量，推动传统老旧实训课程向现代化、创新化、职业化课程转型升级。在产业发展层面，通过深化产教融合、对接企业岗位标准，打通校园教学与企业生产的壁垒，为智能制造、高端装备制造行业输送大量基础扎实、能力全面、素养优良的复合型工程技术人才，有效缓解行业高端技术人才缺口，助力地方制造业转型升级与高质量发展，具备重要的现实推广意义。

（3）课程改革的必要性与可行性

从育人改革必要性分析，新工科建设明确要求工程教育摒弃传统“重知识、轻能力、重结果、轻素养”的单一育人模式，构建知识、能力、素养三位一体的综合育人体系。传统钳工实训固化的教学模式、陈旧的教学内容、片面的评价方式，无法完成创新型、复合型工程人才的培育任务，难以适配新时代工程教育改革要求，开展课程改革是完善机械专业人才培养体系、提升实践教学质量的核心举措。从行业发展必要性分析，现代制造业已全面进入精密化、智能化、集成化发展阶段，企业对机械人才的需求不再局限

于基础操作能力，更看重工艺优化、创新设计、故障排查、团队协作等综合能力，传统同质化、重复性的实训模式无法满足岗位新标准，亟需通过教学改革优化实训体系，实现人才培养与产业岗位的精准对接。

从改革可行性来看，当前高校已具备成熟的改革基础条件，为本次教学改革的落地实施提供了全方位支撑。硬件层面，各大高校机械实训中心均已配齐标准化钳工实训台、精密检测仪器、数字化仿真设备等实训器材，可充分满足分层实训、精密实训、创新实训的教学需求。技术层面，线上信息化教学平台、虚拟仿真实训系统的全面普及，为混合式教学模式、过程化教学管理提供了技术保障，能够有效打破传统实训的时空限制。资源层面，高校长期深耕校企合作建设，与地方制造企业、装备制造产业园建立了稳定的协同育人关系，可引入企业项目、企业师资、行业标准助力实训教学升级。师资层面，高校双师型教师队伍建设持续推进，实训教师兼具理论教学能力与实操指导经验，能够高效落地各类教学改革方案，为钳工实训课程的立体化、创新化改革提供了充足的可行性。

2. 研究过程

本文立足新工科育人核心要求，针对传统钳工实训课程的现存问题，遵循“问题导向、产业对接、创新赋能、全面育人”的改革思路，从教学内容、教学模式、实训体系、考核机制、师资建设五个维度开展系统性教学改革，同时选取本校 2023 级、2024 级机械工程专业学生开展对照实践，通过为期两年的实训教学试点，持续优化改革方案，形成完善的实训教学体系。

2.1 重构分层递进的实训教学内容体系

紧扣新工科“基础扎实、能力多元、适配产业”的育人要求，结合智能制造行业岗位标准和企业真实生产项目，打破传统单一基础技能训练模式，构建“基础技能—专项提升—综合应用—创新拓展”四层阶梯化实训内容体系，实现实训内容与产业需求、专业知识、创新能力培养深度融合。

基础技能层：保留钳工核心基础操作内容，聚焦划线、锯削、锉削、钻孔、攻丝、套扣、零件修整等基础技能训练，强化学生操作规范性、熟练度和安全意识，夯实机械加工基本功，保障学生掌握钳工必备基础能力，筑牢工程实践基础。

专项提升层：融入现代制造业新技术、新工艺，新增精密零件测量、公差配合调试、精密工装使用、零件精度修正等专项实训内容，引入数字化卡尺、百分表、三坐标测量仪等精密检测设备操作，对接企业精密加工岗位需求，弥补传统实训精度训练不足的短板。

综合应用层：摒弃单一零件加工实训模式，引入企业真实装配项目，设计小型机械组件装配、调试、故障排查等综合实训项目，如手动压力机装配、小型传动机构调试、鲁班锁精密加工装配等，将零件加工、精度检测、装配调试、故障分析融为一体，培养学生综合工程应用能力。

创新拓展层：立足新工科创新育人目标，增设创新设计实训模块，鼓励学生结合机械设计知识，自主设计小型机械零件、优化传统实训工件结构，开展轻量化、精密化、实用性创新改造，支持学生结合实训成果参与技能竞赛、创新创业项目，培养学生创新思维和自主研发能力。同时融入课程思政元素，在实训过程中渗透精益求精、严谨务实、攻坚克难的工匠精神，实现技能与素养同步培育。

2.2 创新多元化混合式教学模式

针对传统教学模式单一、学生主动性不足的问题，结合信息化教学技术，构建“线上预习+线下实操+项目驱动+赛训融合”的多元化混合式教学模式，彻底改变学生被动实训的现状。

线上预习环节：依托学习通、雨课堂等信息化平台，上传钳工操作视频、工艺规范、安全准则、虚拟仿真实训资源，要求学生课前自主预习操作流程、重难点工艺和安全规范，通过线上习题、虚拟仿真操作提前熟悉实训内容，解决传统课堂讲解耗时过长、实操时间不足的问题。同时设置线上答疑板块，学生可提前梳理疑问，实现精准化学习。

线下实操环节：采用“项目驱动+小组协作”教学方式，以具体实训项目为核心，教师不再统一灌输讲解，而是针对学生预习疑问和实操重难点进行针对性指导。将学生分为若干实训小组，以小组为单位完成项目设计、加工、装配、检测、整改全流程，鼓励小组内部分工协作、讨论交流、自主解决实训过程中的精度偏差、装配故障等问题，培养学生自主探究能力和团队协作能力。

赛训融合环节：引入技能竞赛标准，将钳工职业技能竞赛的工艺标准、精度要求、评分规则融入日常实训教学，开展课堂小型技能比拼、实训成果竞赛等活动，构建“学中赛、赛中学”的实训氛围，以竞赛倒逼学生提升实操精度和工艺水平，激发学生实训积极性。同时选拔优秀学生参与校级、省级钳工技能竞赛，实现实训教学与技能竞赛深度融合。

2.3 完善产教融合实训支撑体系

立足新工科产教融合育人理念，打破校内实训与企业生产脱节的壁垒，构建校企协同的实训支撑体系。一方面，优化校内实训场地与设备配置，更新老旧实训设备，新增精密检测仪器、智能工装设备、数字化仿真系统，搭建“基础实训+精密实训+创新实训”一体化实训平台，满足分层实训教学需求。同时整理企业真实生产工单、加工案例，转化为校内实训项目，让实训内容贴合企业生产标准。

另一方面，深化校企协同育人，邀请企业资深钳工技师、工艺工程师进校园，开展专题讲座、实操指导和项目点评，讲解企业最新工艺、岗位要求和生产痛点。同时组织学生走进合作企业开展短期观摩实训，实地了解智能制造生产线、精密装配工艺流程，直观感受岗位工作标准和行业发展趋势，有效缩小校园实训与企业岗位的差距，提升学生岗位适配能力。

2.4 构建全过程多元化考核评价机制

遵循新工科全面育人理念，打破传统“唯工件结果”的考核模式，构建“过程考核+结果考核+素养考核+创新考核”四位一体的全过程多元化考核体系，实现考核全面化、精细化、科学化，总评成绩由四部分构成，综合反映学生实训综合能力。

过程考核（40%）：重点考核学生实训考勤、课前预习、操作规范性、安全文明实训、实训态度、问题整改情况、小组协作表现等内容，通过教师日常巡查、线上学习数据、实训日志、小组互评等方式综合评分，聚焦实训全过程表现，引导学生重视实训细节。

结果考核（30%）：以最终实训工件质量、项目完成度、精度达标率为核心，结合工艺合理性、工件美观度、装配完整性进行评分，严格参照企业生产标准和技能竞赛精度要求，考核学生基础实操技能水平。

素养考核（20%）：融入职业素养考核，涵盖工匠精神、规范意识、安全意识、责任意识、团队协作能力、问题分析解决能力等，通过实训过程观察、小组评价、实训总结报告等方式综合评定，落实立德树人育人目标。

创新考核（10%）：针对学生实训创新表现评分，包括工件结构优化、工艺改进、自主设计项目、竞赛参与、实训创新总结等，鼓励学生主动创新，激发创新思维，契合新工科创新育人核心要求。

2.5 强化双师型师资队伍建设

师资队伍是实训教学改革落地的核心保障，针对实训教师企业实践经验不足、新技术掌握不全面的问题，强化双师型师资队伍建设。一方面，定期组织实训教师参与企业挂职锻炼、行业技能培训、智能制造技术研修，深入了解企业最新工艺、岗位标准和行业发展动态，提升教师实操能力和产业认知水平。另一方面，搭建校企师资互通平台，聘请企业高级技师、工艺专家担任校外实训导师，与校内教师共同开展教学备课、实训指导、项目研发，形成校企协同教学团队，提升实训教学的专业性和针对性。同时鼓励教师开展实训教学改革研究、课程资源建设，持续优化教学方案，提升教学改革质量。

2.6 改革实践效果分析

本次改革选取本校 2023 级、2024 级机械工程专业共 240 名学生开展试点实践，其中 120 名学生采用改革后教学模式（实验组），120 名学生采用传统教学模式（对照组），通过实训成绩、学生问卷调查、企业反馈、竞赛成果四个维度对比分析改革效果。

成绩层面：实验组学生实训优秀率较对照组提升 28.5%，不及格率降至 0，工件精度达标率、项目完成质量显著优于对照组，学生实操技能整体水平大幅提升。

学生反馈层面：问卷调查显示，96.7%的实验组学生认为改革后实训内容更贴合行业需求、教学模式更灵活，实训积极性和自主探究能力显著提升，能够有效提升自身工程实践能力和创新思维。

育人成果层面：试点期间，实验组学生累计 12 人获省级机械技能竞赛奖项，8 项学生实训创新项目入选校级创新创业项目，学生创新能力和综合素养显著提升。同时，企业回访反馈显示，改革后毕业学生岗位适配度、实操能力、问题解决能力明显优于传统教学模式培养的学生，就业竞争力显著增强。

2.7 研究理论

2.7.1 新工科育人理论

新工科育人理论是本次实训教学改革的核心指导理论。该理论区别于传统工科重知识、重技能的单一育人模式，以“产业需求导向、创新能力核心、综合素养为本”为核心内核，强调工程教育必须对接科技革命与制造业转型升级趋势，坚持知识传授、能力培养、价值塑造三位一体的育人目标。新工科理论明确要求传统实践课程需打破固化的技能训练模式，融入创新思维培养、工程应用能力训练、职业素养培育，推动实训教学从“单一技能训练”向“复合型能力培育”转型。本文的分层实训体系构建、创新模块增设、产教融合改革、多元化评价体系搭建，均严格遵循新工科育人理论核心要求，旨在解决传统实训与产业脱节、创新育人薄弱的问题，适配新时代复合型工程人才培养标准。

2.7.2 建构主义学习理论

建构主义学习理论认为，学习并非教师单向灌输、学生被动接收的过程，而是学生依托已有知识基础，通过自主探究、情境实践、协作交流，主动建构知识与技能体系的过程。传统钳工实训采用统一演示、机械模仿的教学模式，违背建构主义学习规律，导致学生只会机械操作，无法理解工艺原理、工艺优化逻辑，工程应用能力薄弱。本文依托建构主义理论，构建线上线下混合式教学模式，通过课前自主预习、课中小组协作、项目自主攻关、问题自主排查等教学环节，创设真实工程实训情境，引导学生主动思考、自主探究、总结优化，让学生在实操过程中自主建构钳工工艺知识、加工技能与工程思维，有效提升实训学习的主动性与实效性。

2.7.3 项目驱动教学理论

项目驱动教学理论是以真实项目、任务载体为核心，以解决实际问题为导向的实践教学理论，核心逻辑是“以项目载知识、以任务练能力、以实践促提升”，契合工程实训知行合一的教学属性。该理论强调摒弃碎片化、孤立化的技能训练，将零散的操作技能、理论知识整合到完整的工程项目中，让学生在完成项目设计、加工、装配、调试、优化的全流程中，实现知识融合、技能提升与问题解决能力进阶。本文引入企业真实装配项目、创新设计项目，替代传统单一零件重复训练，依托完整项目驱动学生完成综合实训，实现基础技能、专业知识、工程应用能力的一体化培养，是项目驱动教学理论在钳工实训课程中的具体落地与应用。

2.7.4 工匠精神育人理论

工匠精神是制造业高质量发展的核心职业素养，也是机械工程专业立德树人的核心育人内容。工匠精神育人理论强调在实践教学中渗透严谨规范、精益求精、耐心专注、

攻坚克难、持续创新的职业品质，实现技能训练与思政育人深度融合。钳工实训以精细化手工操作为核心，容错率低、工艺要求高，是培育工匠精神的最佳载体。本次改革将工匠精神育人理论贯穿实训全过程，通过规范操作考核、精度标准约束、创新优化要求、团队责任培养，在技能训练中潜移默化塑造学生的工程规范意识、精益求精的职业态度、持续改进的创新意识，落实新工科思政育人、素养育人的核心要求，实现专业技能与职业素养协同培育。

3. 结论与展望

3.1 研究结论

本文立足新工科建设背景，针对传统机械工程钳工实训课程教学内容陈旧、模式单一、评价片面、产教脱节、创新育人不足等核心问题，通过系统性的教学改革与实践，构建了分层递进的实训内容体系、线上线下混合的多元化教学模式、校企协同的实训支撑体系、全过程多元化考核评价机制，同时完善了双师型师资保障体系，形成了一套适配新工科育人目标的钳工实训教学体系。

教学实践结果表明，本次改革有效解决了传统钳工实训教学的诸多痛点，彻底改变了学生被动实训的学习状态，极大激发了学生的实训主动性和创新积极性，不仅夯实了学生的钳工基础实操技能，提升了学生工程应用、团队协作、问题解决能力，更有效培育了学生精益求精的工匠精神和创新思维，实现了“技能训练、能力提升、素养培育、创新赋能”四位一体的育人目标，有效缩短了校园教学与企业岗位的差距，提升了机械专业人才培养质量，为新工科背景下机械类实践课程的教学改革提供了切实可行的实践方案和参考借鉴。

3.2 不足与展望

本次教学改革虽取得了良好的实践效果，但仍存在部分不足。一是实训创新项目的深度和广度有待拓展，针对高端智能制造、精密装配的创新实训内容仍需进一步丰富；二是校企协同育人的深度不足，企业项目融入实训、企业师资常态化教学的机制仍需完善；三是信息化虚拟仿真实训资源的应用不够深入，数字化实训教学体系仍需优化。

未来将持续深化课程教学改革，立足智能制造产业发展前沿，不断更新实训项目、丰富创新实训内容，进一步推进产教深度融合，构建常态化、系统化的校企协同育人机制；同时优化信息化教学资源，搭建完整的虚拟仿真实训教学平台，实现线上虚拟实训与线下实操实训深度融合；持续完善分层教学、个性化培养模式，针对不同基础、不同发展需求的学生开展差异化实训教学，全面提升人才培养的精准度和专业性，助力新工科背景下高素质创新型机械工程人才的培育，更好地服务制造业转型升级与高质量发展。

参考文献

[1] 教育部. 新工科建设行动计划[Z]. 2017.

[2] 覃业志，吉建平，涂承刚. “赛训一体”装配钳工课程实践教学策略研究[J]. 农业机械与装备，2025(9):45-47.

[3] 李丽. 新工科背景下金工实习课程教学改革与探索[J]. 现代制造技术与装备，2025(12):189-191.

[4] 王浩. 机械专业钳工实训教学研究与方法改革探析[J]. 中国机械，2024(1):88-90.

[5] 张敏. 新工科背景下钳工与装配课程实训改革路径探析[J]. 职业教育研究，2025(9):62-65.

[6] 刘军. 高职装备制造类钳工课程改革与实践[J]. 中国机械，2026(4):165-167.

[7] 陈越超,王佳敏.新工科背景下机械工程实训项目化教学改革研究[J].实验科学与技术,2025,23(2):78-83.

[8] 蔡言锋,于文强.智能制造背景下高职钳工实训课程教学方法改革[J].辽宁高职学报,2025,27(3):79-82.

[9] 朱莹.机械专业钳工实训教学研究与方法改革探析[J].中国机械,2023(30):88-91.

[10] 万文飞,唐静灿.产教融合视角下金工实训课程体系优化研究[J].装备制造技术,2024(5):212-215.

[11] 杨丽丽.工匠精神融入机械钳工实训教学的路径研究[J].职业教育研究,2024(6):77-81.

[12] 盛光英,徐玉荣,张红.工业4.0背景下传统金工实习教学转型升级探索[J].现代职业教育,2019(35):218-219.

[13] 石南辉,贾广攀,宾凯.新工科视域下应用型人才工程实践能力培养模式[J].国网技术学院学报,2018,21(1):70-73.

[14] 张艳.智能制造驱动机械制造实训课程教学改革路径探析[J].农机使用与维修,2023(10):151-154.

[15] 陈义厚,周传喜.基于工程教育认证的机械实训课程改革研究[J].中国教育技术装备,2023(24):84-86.

[16] 王芳,许小奎.实践导向模式在钳工实训教学中的应用与优化[J].电子技术,2023,52(2):92-93.

组织支持感影响云南保山市中职教师职业幸福感机制研究——职业认同的中介作用

The Mechanism of Perceived Organizational Support on Professional Well-being of Secondary Vocational School Teachers in Baoshan City, Yunnan Province: The Mediating Role of Professional Identity

王继美 泰国南邦国际科技学院 国际学院 邮箱：120332140@qq.com

Wang Ji-mei, International College, Lampang Inter-Tech College, Thailand.Email:120332140@qq.com

摘要：在现代职业教育高质量发展背景下，中职教师队伍建设是提升办学质量的核心抓手，教师职业幸福感直接关系队伍稳定性与教育治理效能。中国滇西边境地区受办学资源约束、师资结构失衡、社会认可度偏低等因素影响，中职教师人力资源管理面临特殊挑战。现有研究多从个体心理视角探讨教师幸福感，较少从学校组织管理视角系统考察支持体系的作用机制，针对边疆公办中职群体的实证研究尤为匮乏。本文基于社会交换理论与资源保存理论，从人力资源管理视角构建“组织支持感 — 职业认同 — 职业幸福感”分析框架，以云南省保山市 6 所公办中职学校 300 名教师为样本开展实证调查，综合运用信效度分析、验证性因子分析、相关分析与 Bootstrap 中介效应检验验证研究假设。结果表明：滇西边境中职教师组织支持感、职业认同与职业幸福感整体处于中等水平；组织支持感对职业幸福感具有显著正向预测作用；组织支持感对职业认同具有显著正向促进作用；职业认同在组织支持感与职业幸福感之间发挥部分中介作用，间接效应占总效应的 19.83%。研究揭示了边疆公办中职学校“管理支持输入 — 身份认同建构 — 幸福体验产出”的作用路径，为优化中职教师人力资源管理、提升边疆职教队伍稳定性提供了实证依据与实践参考。

关键词：组织支持感；职业认同；职业幸福感；中职教师；滇西边境

Abstract: the backdrop of high-quality development of modern vocational education, the construction of secondary vocational school teachers is the core of improving school quality, and teachers' professional well-being is directly related to team stability and educational governance efficiency. Restricted by factors such as limited educational resources, unbalanced teacher structure and low social recognition, human resource management of secondary vocational teachers in border areas of western Yunnan faces special challenges. Most existing studies discuss teachers' well-being from the perspective of individual psychology, while few systematically examine the mechanism of support system from the perspective of school organizational management, and empirical research on public secondary vocational teachers in border areas is particularly scarce. Based on Social Exchange Theory and Conservation of Resources Theory, this study constructs an analytical framework of "perceived organizational support — professional identity — professional well-being" from the perspective of human resource management. Taking 300 teachers from 6 public secondary vocational schools in Baoshan City, Yunnan Province as samples, this study verifies the hypotheses through reliability and validity analysis, confirmatory factor analysis, correlation analysis and Bootstrap mediation test. The results show that perceived organizational support, professional identity and professional well-being of secondary vocational teachers in border areas are at a medium level overall; perceived organizational support significantly and positively predicts professional well-being; perceived organizational support significantly promotes professional identity; professional identity plays a partial mediating role between perceived organizational support and professional well-being, with the indirect effect accounting for 19.83% of the total effect. This study reveals the action path of

"management support input—identity construction—well-being experience output" in border public secondary vocational schools, and provides empirical basis and practical reference for optimizing human resource management of secondary vocational teachers and improving the stability of vocational education teams in border areas.

Keywords: Perceived Organizational Support; Professional Identity; Professional Well-being; Secondary Vocational School Teachers; Western Yunnan Border Areas

1.引言

本章节立足职业教育高质量发展政策背景与边疆职教发展现实，结合现有学术研究短板，系统阐述本研究的研究背景、核心问题、研究现状与研究价值，为后续实证研究设计、变量关系检验奠定理论与现实基础。

1.1研究背景与问题提出

职业教育是国民教育体系和人力资源开发的重要组成部分，中职教师作为职教育人的核心主体，其职业状态与幸福体验直接关乎职业教育育人质量与师资队伍建设成效，由此引出本研究的现实研究背景与核心研究问题。

教师是职业教育高质量发展的第一资源，也是现代职业教育体系建设的核心支撑。随着我国职业教育改革向纵深推进，中职教师的职责范畴从传统课堂教学延伸至技能实训、校企合作、社会培训等多个领域，“双师型” 能力要求与学生管理压力同步提升，教师职业心理状态与队伍稳定性日益成为教育管理领域的核心议题。职业幸福感作为衡量教师工作生活质量的综合指标，不仅影响教师个体的职业投入与职业承诺，更直接关系学校办学效能与教育教学质量。

滇西边境地区作为我国面向南亚东南亚开放的前沿门户，职业教育承担着服务区域经济发展、助力乡村振兴、维护边疆稳定的多重使命。以保山市为例，该市地处中缅边境，国境线长 167.78 千米，现有 8 所中等职业学校，中职专任教师 1121 人，师生比达 1:24.5，显著高于国家标准；“双师型” 教师占比 53.5%，仍存在结构性缺编、专业发展资源不足、师资流动性偏高等现实问题（刘育锋，2009）。从全国范围看，中职教师工作满意度呈现 “中部最高、西部最低” 的区域格局，西部地区仅 25% 的省区市高于全国平均水平，教师对社会地位、权益保障与职业发展的满意度普遍偏低（尹玉辉，2021）。在此背景下，如何通过优化学校组织支持体系改善教师职业体验、提升职业幸福感，已成为边疆中职学校人力资源管理的重要课题。

组织支持感是组织行为学与人力资源管理领域的核心构念，指员工对组织重视其贡献、关心其福祉的整体性知觉（Eisenberger et al.，1986），被证实是预测员工工作态度与心理状态的关键前因变量。现有研究已在普通中小学、幼儿教师等群体中验证了组织支持感与职业幸福感的正向关联，并初步探讨了职业认同的中介作用。但总体来看，既有研究多从个体心理视角切入，侧重于描述教师心理状态的特征与差异，较少从学校人力资源管理视角，系统考察公办中职学校支持体系对教师幸福感的作用机制；同时，现有研究样本多集中于东部发达地区，针对滇西边境等欠发达边疆地区中职教师群体的实证研究较为匮乏，其作用机制是否因区域资源约束呈现特殊性仍有待验证（贾德忠、祝军，2025）。

据此，本研究聚焦五个核心问题展开实证分析：（1）云南保山市公办中职教师的组织支持感、职业认同与职业幸福感整体处于何种水平，呈现怎样的基本特征；（2）组织支持感能否显著正向影响云南保山市中职教师的职业幸福感；（3）组织支持感能否显著正向促进云南保山市中职教师的职业认同；（4）职业认同能否显著正向预测云南保山市中职教师的职业幸福感；（5）职业认同是否在组织支持感与职业幸福感之间发挥中介作用。

基于此，本研究以中国云南保山市公办中职教师为研究对象，从教育管理视角出发，检验组织支持感、职业认同与职业幸福感的关系及作用机制，以期回应边疆中职教师队伍建设的现实需求，为优化中职学校人力资源管理、提升教师职业幸福感提供实证依据。

1.2文献评述与研究假设

为厘清各核心变量的研究现状、变量间关联逻辑与理论支撑，本节梳理现有外相关研究成果，结合核心理论框架推导变量关系，提出本研究的系列研究假设。

1.2.1 组织支持感与职业幸福感

现有学界已围绕组织支持感与职业幸福感的关联开展大量研究，为进一步明确二者内在作用逻辑，本节结合经典理论与已有实证结论，剖析组织支持感对中职教师职业幸福感的影响机制。

组织支持感的核心内涵是员工对组织 “重视贡献、关怀福祉” 的综合感知，其理论根基源于社会交换理论与互惠规范（Blau, 1964）。从人力资源管理视角看，组织支持感本质是学校人力资源支持系统在教师心理层面的投射，涵盖工作资源供给、价值认可机制、权益保障体系三个核心维度。根据社会交换理论，当学校通过制度设计与管理实践向教师传递支持信号时，教师会基于互惠规范产生回报组织的义务感，以更高的工作投入与更积极的职业态度予以回应，最终转化为更高水平的职业幸福感。从工作要求 - 资源模型视角看，组织支持属于核心工作资源，能够通过激励路径直接提升教师的工作投入与积极体验，缓冲工作负荷、学生管理等工作要求带来的压力损耗（Granziera, 2022）。

现有大量实证研究已验证二者的正向关联。Rhoades & Eisenberger (2002)通过元分析证实，组织支持感与员工工作满意度、幸福感呈显著正相关，与离职意愿、倦怠呈显著负相关。王黎华和徐长江（2008）对中小学教师的研究发现，组织支持感与职业幸福感显著正相关，且能通过降低工作倦怠间接提升幸福感；王钢、黄旭、鲁雪与张大均（2018）对幼儿教师的研究测得组织支持感对职业幸福感的正向预测系数达 0.52（$p<0.001$）；史华伟、王凤霞、马志强与张勇（2023）进一步测得二者相关系数为 0.42。针对职业院校教师的研究也显示，组织支持感是影响教师职业幸福感的重要保护性因素（陈相宇、刘晓，2021）。

对于滇西边境中职教师而言，区域经济发展滞后、办学资源整体匮乏，教师对组织支持的感知阈值相对更低，学校层面的资源投入与管理关怀具有更高的边际心理价值。同时，西部中职教师普遍面临待遇保障不足、区域薪酬差距显著的宏观环境约束（沈有禄，2018），社会认可度偏低，学校层面的组织支持成为弥补宏观短板、提升幸福感的核心抓手。据此提出研究假设H1：组织支持感对云南保山市中职教师职业幸福感具有显著正向影响。

1.2.2组织支持感与职业认同

在明确组织支持感对职业幸福感直接影响的基础上，进一步探究组织支持感对中介变量职业认同的作用效果，可为后续中介机制检验提供基础依据。

职业认同是教师对自身职业角色、职业价值与职业归属的稳定认知与情感体验，是教师职业社会化的核心结果。从组织管理视角看，职业认同并非完全由个体特质决定，而是组织环境与个体互动共同建构的产物，学校的支持体系在教师职业身份形成过程中发挥着关键作用。

社会交换理论为二者关系提供了核心解释逻辑：学校提供的工作支持、价值认同与权益保障，会激发教师的互惠义务感，推动教师将职业角色规范与组织目标内化到自我概念中，逐步形成稳定的职业认同。资源保存理论则从资源增益视角指出，组织支持作为重要的外部情境资

源，能够帮助教师获取职业发展机会、积累职业胜任资本，从而巩固职业认同水平。实证研究方面，王钢等人（2018）证实组织支持感对职业认同的正向预测系数达 0.45（p<0.001）；张文、刘林峰与陈丽（2025）对职业院校教师的研究也显示，组织支持感对职业认同具有显著正向影响；针对中职青年教师的质性研究进一步发现，绩效考核公平性、培训实效性、晋升通道通畅性等组织管理因素，是影响职业认同水平的关键变量（胡秀锦、周齐佩，2021）。

对于滇西边境中职教师而言，师资队伍流动性高、青年教师占比大，职业身份焦虑与发展困惑更为突出，这与农村中职教师职业认同的困境特征高度一致（何安妮，2022）。学校层面的组织支持，尤其是价值认可与专业发展支持，能够有效降低教师的职业疏离感，增强其对职业教育事业的归属感与身份认同。据此提出研究假设H2：组织支持感对云南保山市中职教师职业认同具有显著正向影响。

1.2.3职业认同与职业幸福感

厘清自变量对中介变量的影响后，本节继续探究中介变量职业认同对因变量职业幸福感的作用关系，完善变量间的路径逻辑。

职业认同是教师重要的内在心理资源，也是衡量组织社会化成效的核心指标。从人力资源管理视角看，高职业认同的教师往往具有更强的职业投入意愿、更高的组织承诺与更低的离职倾向，是教师队伍稳定性的核心心理基础。

资源保存理论为二者关系提供了理论解释：职业认同属于核心个人资源，能够启动资源获得螺旋，帮助教师以积极心态应对工作挑战，在工作中积累成就感与满足感，最终提升整体幸福感水平。自我决定理论也指出，职业认同的形成过程本质是职业角色规范的内化整合过程，能够满足个体自主、胜任、关系三种基本心理需要，进而促进幸福感提升。

已有研究普遍证实二者的正向关联。王钢、张大均与刘先强（2017）测得职业认同对职业幸福感的正向预测系数为 0.33（p<0.001）；李东斌等人（2022）基于大规模中小学教师样本发现，职业认同可通过多重中介路径间接提升职业幸福感；针对中职班主任的研究也显示，职业认同在职业压力与幸福感之间发挥中介保护作用，是缓冲职业压力的重要心理资源（王潇轶，2024）。

对于滇西边境中职教师而言，“重普轻职” 的社会偏见、复杂的学生管理情境、繁重的工作负荷，使得外部环境的不利影响更为突出。在此情境下，职业认同作为内在心理缓冲器，能够帮助教师从职业的社会价值中寻找意义感，抵御外部环境的消极影响。质性研究也发现，中职教师在结构性困境中往往通过强化职业价值认知进行自我调适，甚至以 “良心活” 的职业伦理对冲外部资源不足的局限，当教师真正认同职业的意义时，即便外部条件有限，也能获得稳定的内在幸福体验（康永久、卢意，2026；渝旋，2022）据此提出研究假设H3：职业认同对云南保山市中职教师职业幸福感具有显著正向影响。

1.2.4职业认同的中介作用

基于前述三条直接效应路径，为进一步揭示组织支持感影响职业幸福感的深层内在机制，本节引入职业认同的中介效应，构建完整的研究模型并提出对应假设。

组织支持感对职业幸福感的影响并非单一的直接路径，而是同时存在间接传导机制。整合社会交换理论与资源保存理论可形成完整的解释链条：前半段路径由社会交换理论解释，组织支持通过互惠规范推动教师内化职业角色，提升职业认同；后半段路径由资源保存理论解释，职业认同作为心理资源启动获得螺旋，最终促进职业幸福感提升，二者共同构成 “组织管理支持 — 职业身份认同 — 积极幸福体验” 的传导机制。

现有实证研究已为该中介机制提供了多群体证据。王钢等人（2018）在幼儿教师群体中证实，职业认同在组织支持感与职业幸福感间起部分中介作用，中介效应量为 0.23，占总效应的 38.3%；刘玉敏、张丽华与王芳（2024）在特殊教育教师群体中进一步发现，职业认同与工作旺盛感可构成链式中介；王姣艳、瞿家怡与卢家楣（2020）也验证了职业认同的中介功能。

总体来看，现有中介研究多聚焦普通教育群体，针对中职教师尤其是边疆中职教师的检验仍较为匮乏。滇西边境地区特殊的资源环境，可能使得该传导机制呈现差异化特征：在资源匮乏情境下，组织支持的直接效应可能占比更高，而心理资源的间接传导作用相对弱化。据此提出研究假设H4：职业认同在组织支持感与云南保山市中职教师职业幸福感之间发挥显著中介作用。

1.3研究意义

基于前文的研究背景梳理、文献综述与研究假设推导，为进一步明确本研究的学术价值与实践价值，本节从理论、实践两个维度系统阐述本研究的核心意义。

本研究的理论意义体现在两个方面：一是拓展了教师职业幸福感研究的管理视角，突破了传统研究侧重个体心理的局限，从学校人力资源管理视角解读组织支持体系的作用机制，丰富了职业教育教师管理的理论内涵；二是补充了边疆地区中职教师群体的实证证据，验证了 “组织支持感 — 职业认同 — 职业幸福感” 模型在滇西边境公办中职情境下的适用性，为区域教育管理研究提供了基线数据。

实践层面，本研究结论能够为边疆中职学校优化教师管理提供可操作的参考：通过明确组织支持的三个核心维度，指导学校精准施策提升教师支持感知；通过揭示职业认同的中介作用，为学校教师队伍建设提供 “资源支持 + 认同培育” 的双路径思路，助力提升边疆中职教师队伍稳定性与职业幸福感。

2.研究设计

基于前文构建的研究模型与研究假设，为保障研究的科学性、规范性与严谨性，本章详细阐述本研究的调研对象、测量工具、数据处理方法，为后续实证结果分析提供规范支撑。

2.1研究对象

本研究选取云南省保山市6所公办中等职业学校教师为研究对象，采用分层整群抽样方式发放调查问卷。调查由学校管理人员协助开展，严格遵循匿名性与保密性原则，说明调查仅用于学术研究。正式调查共发放问卷320份，回收后剔除作答规律、缺失值过多的无效问卷，最终获得有效问卷300份，有效回收率为93.75%。样本覆盖不同性别、年龄、教龄、学历、职称与任教学科的教师，人口学特征分布均衡，能够较好反映滇西边境公办中职教师群体的总体特征，样本具有良好的代表性。

2.2测量工具

为精准测量组织支持感、职业认同、职业幸福感三大核心变量，保证数据的有效性与适配性，本研究选用国内权威成熟量表，并结合边疆中职教师场景优化调整，具体量表信息如下。

本研究所有量表均采用国内外成熟经典量表，结合中职教师职业情境与边疆地区特征对题项表述进行情境化修订，统一采用 Likert 5 点计分，1 代表 “非常不同意”，5 代表 “非常同意”，得分越高表示对应变量的水平越高。

（1）组织支持感：采用凌文辁、杨海军与方俐洛（2006）开发的中国文化情境下三维度组织支持感量表，共 24 个题项，包含三个维度：工作支持（10 题），指学校为教师教学工作提供的资源保障与发展支持；价值认同（7 题），指学校对教师工作价值与个人贡献的认可重视；关心利

益（7 题），指学校对教师薪酬福利、生活福祉与切身利益的关怀保障。该量表在国内教育领域应用广泛，具有良好的信效度基础。

（2）职业认同：采用魏淑华、宋广文与张大均（2013）编制的教师职业认同量表，共 18 个题项，包含四个维度：角色价值观（6 题），指教师对自身职业角色重要性的认知评价；职业行为倾向（5 题），指教师在职业活动中的积极投入与坚持意愿；职业价值观（4 题），指教师对职业社会价值与意义的认可；职业归属感（3 题），指教师对职业群体的情感归属与身份认同。该量表是国内教师职业认同研究中应用最广泛的测量工具，心理测量学指标良好。

（3）职业幸福感：参考王钢（2013）教师职业幸福感四维结构框架，结合中职教师职业特征对题项表述进行调整，共 15 个题项，包含四个维度：心理幸福感（4 题），指教师的岗位胜任感与自我价值感；情绪幸福感（3 题），指教师工作中的积极情绪体验；社会幸福感（4 题），指教师的校园人际体验与集体归属感；认知幸福感（4 题），指教师对工作环境、薪资与整体状态的满意度评价。

2.3数据分析方法

本研究采用 SPSS 27.0 对收集到的数据进行统计分析。首先，采用 Harman单因子检验 检验共同方法偏差，以判断问卷数据是否存在严重的共同方法偏差。其次，采用 Cronbach's α系数 对组织支持感、职业认同和职业幸福感量表进行内部一致性信度检验。

在信度检验的基础上，采用验证性因子分析（Confirmatory Factor Analysis，CFA） 检验测量模型的结构效度，以验证组织支持感、职业认同和职业幸福感三因子模型的拟合情况。

随后，采用描述性统计分析对各变量的均值、标准差等指标进行统计分析，以了解各变量的总体水平；采用 Pearson相关分析 检验组织支持感、职业认同与职业幸福感之间的相关关系，为后续假设检验提供依据。

最后，采用线性回归分析检验组织支持感对职业幸福感、组织支持感对职业认同以及职业认同对职业幸福感的影响，以验证研究假设H1、H2和H3；采用 Bootstrap中介效应检验方法（Bootstrap重复抽样5000次）检验职业认同在组织支持感与职业幸福感之间的中介作用，以验证研究假设H4。

3.研究结果

依托前文既定的研究设计、测量工具与数据分析方法，本章对调研获取的有效样本数据进行系统性统计分析，依次完成偏差检验、信效度检验、相关性分析与假设检验，直观呈现本研究的实证结果。

3.1共同方法偏差检验

由于组织支持感、职业认同与职业幸福感均采用教师自陈式问卷测量，可能存在共同方法偏差。本研究将57个测量题项同时纳入未旋转主成分分析，不限定提取因子数量。结果共提取出13个特征值大于1的因子，累计解释总方差的57.82%；其中第一公因子的方差解释率为22.07%，低于40%的经验判断标准。因此，本研究未发现严重的共同方法偏差，数据可用于后续统计分析。

3.2信度检验

采用Cronbach’s α系数检验各量表及其维度的内部一致性。结果显示，组织支持感、职业认同和职业幸福感总量表的α系数分别为0.935、0.880和0.823，均高于0.80，表明三个总量表具有良好的内部一致性。组织支持感各维度信度均达到较好水平；职业认同中的职业行为倾向、职业归属感，以及职业幸福感部分维度的α系数相对偏低，其中情绪幸福感最低。鉴于

本研究的核心假设以三个总变量为分析单位，且总量表信度均达到良好水平，因此总分可用于相关、回归和中介效应检验；但对子维度结果应保持谨慎解释。详见表 1。

表 1 各变量及维度的信度检验结果

变量	维度	题项数	Cronbach’s α	评价
组织支持感	工作支持	10	0.895	良好
	价值认同	7	0.850	良好
	关心利益	7	0.817	良好
	总量表	24	0.935	良好
职业认同	角色价值观	6	0.826	良好
	职业行为倾向	5	0.654	偏低
	职业价值观	4	0.758	可接受
	职业归属感	3	0.576	偏低
	总量表	18	0.880	良好
职业幸福感	心理幸福感	4	0.649	偏低
	情绪幸福感	3	0.480	偏低
	社会幸福感	4	0.669	偏低
	认知幸福感	4	0.640	偏低
	总量表	15	0.823	良好

注：α≥0.80 通常表示信度良好，0.70≤α<0.80 表示可接受；低于 0.70 的维度需谨慎解释。

3.3效度检验

为检验三个核心变量的结构区分性，本研究以 11 个维度得分作为观测指标，建立组织支持

感、职业认同和职业幸福感三因子测量模型并进行验证性因子分析。模型拟合结果为：χ^2=64.152，df=41，χ^2/df=1.565，CFI=0.981，TLI=0.974，RMSEA=0.043，SRMR=0.050。各项指标均达到常用判断标准，说明三因子模型与样本数据具有较好的适配性。各维度的标准化因子载荷介于0.555—0.868之间，均为正值，表明各观测维度能够较好反映其所属潜变量。详见表2、表3。

表2 三因子测量模型拟合指数

拟合指标	χ^2/df	CFI	TLI	RMSEA	SRMR
模型结果	1.565	0.981	0.974	0.043	0.050
参考标准	<3	>0.90	>0.90	<0.08	<0.08
判断	良好	良好	良好	良好	良好

注：本模型以11个维度得分作为观测指标，以避免57个题项模型参数过多，并与小论文的三变量研究框架保持一致。

表3 各维度的标准化因子载荷

潜变量	观测维度	标准化载荷
组织支持感	工作支持	0.868
	价值认同	0.806
	关心利益	0.803
职业认同	角色价值观	0.817
	职业行为倾向	0.685
	职业价值观	0.753
	职业归属感	0.566
职业幸福感	心理幸福感	0.709
	情绪幸福感	0.555
	社会幸福感	0.669
	认知幸福感	0.725

3.4描述性统计和相关分析

描述性统计结果显示，组织支持感均值为3.002（SD=0.762），职业认同均值为3.004（SD=0.692），职业幸福感均值为2.993（SD=0.649）。三个变量的平均得分均接近5点量表

的理论中值 3 分，表明样本教师在组织支持感、职业认同与职业幸福感方面总体处于中等水平。Pearson 相关分析显示，组织支持感与职业认同显著正相关（r=0.365，p<0.001），组织支持感与职业幸福感显著正相关（r=0.397，p<0.001），职业认同与职业幸福感显著正相关（r=0.332，p<0.001）。三个相关系数均低于 0.80，未显示严重的多重共线性风险，为后续回归及中介效应分析提供了初步支持。详见表 4

表 4 核心变量的描述性统计与相关系数

变量	M	SD	最小值	最大值	1	2	3
1.组织支持感	3.002	0.762	1.083	4.708	1.000		
2.职业认同	3.004	0.692	1.333	4.778	0.365***	1.000	
3.职业幸福感	2.993	0.649	1.400	4.733	0.397***	0.332***	1.000

注：N=300；***p<0.001。

3.5主效应假设检验

采用一元线性回归分别检验 H1—H3。结果显示：第一，组织支持感显著正向预测职业幸福感，B=0.338，SE=0.045，β=0.397，t=7.465，p<0.001，模型解释职业幸福感变异的 15.8%，H1 得到支持。第二，组织支持感显著正向预测职业认同，B=0.331，SE=0.049，β=0.365，t=6.763，p<0.001，模型解释职业认同变异的 13.3%，H2 得到支持。第三，职业认同显著正向预测职业幸福感，B=0.311，SE=0.051，β=0.332，t=6.073，p<0.001，模型解释职业幸福感变异的 11.0%，H3 得到支持。详见表 5

表 5 主效应回归分析结果

假设	因变量	自变量	B	SE	β	t	R^2	F	结论
H1	职业幸福感	组织支持感	0.338	0.045	0.397	7.465	0.158	55.721***	支持
H2	职业认同	组织支持感	0.331	0.049	0.365	6.763	0.133	45.732***	支持
H3	职业幸福感	职业认同	0.311	0.051	0.332	6.073	0.110	36.881***	支持

注：B 为非标准化回归系数，β为标准化回归系数；***p<0.001。

3.6职业认同的中介效应检验

采用 Bootstrap 法重复抽样 5000 次，检验职业认同在组织支持感与职业幸福感之间的中介作用。组织支持感显著正向预测职业认同（a=0.331，p<0.001）；在同时纳入组织支持感和职业认同后，职业认同对职业幸福感的预测作用仍显著（b=0.202，p<0.001），组织支持感的直接效应亦显著（c′=0.271，p<0.001）。间接效应 ab=0.067，Bootstrap 95%置信区间为[0.031，0.109]，区间不包含 0，说明中介效应显著。总效应 c=0.338，职业认同的中介效应占总效应的 19.83%。由于直接效应和间接效应均显著，职业认同在组织支持感与职业幸福感之间发挥部分

中介作用，H4 得到支持。详见表 6、表 7

表 6 职业认同的中介效应检验结果

效应类型	效应值	Boot SE	95% CI 下限	95% CI 上限	效应占比	结论
总效应（c）	0.338	0.045	0.249	0.426	100.00%	显著
直接效应（c′）	0.271	0.047	0.175	0.362	80.17%	显著
间接效应（ab）	0.067	0.020	0.031	0.109	19.83%	显著

注：Bootstrap 重复抽样 5000 次；置信区间不包含 0 表示效应显著。

表 7 研究假设检验汇总

假设	研究路径	检验结果
H1	组织支持感 → 职业幸福感	支持
H2	组织支持感 → 职业认同	支持
H3	职业认同 → 职业幸福感	支持
H4	组织支持感 → 职业认同 → 职业幸福感（部分中介）	支持

4. 讨论

前述章节已完成全部实证检验并得出完整数据结果，本章结合已有国内外研究成果与滇西边境职教地域特征，对实证结果的内在逻辑、形成原因与差异化特征展开深度分析与讨论。

4.1 组织支持感对职业幸福感的直接效应：人力资源支持的增益作用

为深入解读组织支持感正向影响中职教师职业幸福感的核心逻辑，本节结合理论基础、已有研究与边疆区域特色，剖析直接效应的形成机制与现实成因。

本研究证实，组织支持感对滇西边境中职教师职业幸福感具有显著正向预测作用，假设 H1 成立。这一结果与王黎华和徐长江（2008）、王钢等人（2018）在其他教师群体中的研究结论一致，进一步验证了组织支持感作为幸福感关键前因的跨群体稳定性，也说明学校人力资源支持体系对教师职业体验的增益作用具有普遍适用性。

从管理视角解读，组织支持感的三个维度分别从不同路径提升教师幸福感：工作支持通过提供实训资源、培训机会、职称通道等，满足教师专业发展需求，提升工作胜任感；价值认同通过认可教师的工作贡献与职业价值，满足教师的尊重需要，增强职业价值感；关心利益通过公平的绩效分配、完善的福利保障与人文关怀，满足教师的利益诉求与情感需要，提升工作满

意度。三者共同构成了学校人力资源支持系统的核心内容，从资源、价值、权益三个维度共同推动教师职业幸福感提升。

结合云南保山的区域特征来看，该地区中职学校普遍存在办学条件薄弱、实训资源不足、专业发展机会有限等问题，教师对组织支持的感知阈值更低，有限的管理改进与资源投入就能产生显著的心理增益，这也解释了为何组织支持的直接效应在总效应中占比接近 80%。这一发现同时呼应了全国中职教师满意度调查的结论 —— 西部中职教师对政府保障与社会地位的满意度最低，学校层面的组织支持成为弥补宏观环境不足、提升教师幸福感的核心抓手（尹玉辉，2021）。对于边疆中职学校而言，即便在整体资源有限的条件下，通过优化管理制度、强化价值认可、保障基本权益，也能有效提升教师的职业幸福感。

4.2 组织支持感对职业认同的促进：组织社会化的建构作用

基于 H2 验证结果，本节从组织社会化视角切入，结合边疆中职青年教师队伍特征，阐释组织支持感塑造教师职业认同的内在机制与现实价值。

本研究发现，组织支持感显著正向预测中职教师的职业认同，假设 H2 成立。这一结果验证了 “组织环境塑造职业身份” 的管理逻辑，说明学校的支持体系是教师职业认同建构的重要外部推动力量。

从组织社会化视角解释，教师职业认同的形成过程本质是教师逐步适应组织要求、内化职业规范、整合职业身份的社会化过程。学校在工作支持、价值认同、关心利益三个维度的投入，会向教师传递积极的组织信号，激发教师的互惠义务感，推动教师将职业角色与组织目标相整合，逐步内化职业价值规范，最终形成稳定的职业认同。对于中职教师而言，“教育者 + 技能传授者” 的双重角色要求使得职业身份建构更为复杂，学校提供的 “双师型” 培养支持、校企合作平台、技能竞赛指导机会等，能够帮助教师平衡双重角色要求，完成职业身份的整合与认同。

对于滇西边境中职教师而言，这一机制具有特殊的现实意义。该区域师资队伍流动性高、青年教师占比大，职业身份焦虑与发展困惑更为突出，而组织层面的价值认可与发展支持，能够有效降低教师的职业疏离感，增强其对职业教育事业的归属感。这也从实证层面回应了中职青年教师职业认同困境的组织归因 —— 绩效考核形式化、培训流于形式、晋升通道不畅等组织管理问题，是职业认同偏低的重要成因（胡秀锦、周齐佩，2021）；反之，完善的组织支持体系能够有效破解这一困境，为提升边疆中职教师职业认同提供了可操作的实践路径。

4.3 职业认同对职业幸福感的提升：心理资源的缓冲作用

围绕 H3 研究结论，结合边疆中职教师的职业困境与行业现状，深入剖析职业认同作为内在心理资源，缓冲职业压力、提升幸福感的核心作用。

本研究证实职业认同显著正向预测职业幸福感，假设 H3 成立，支持了资源保存理论关于 “个人资源促进积极体验” 的核心论断。对于滇西边境中职教师而言，职业认同的增益功能具有特殊的缓冲价值。

当前中职教师普遍面临多重职业压力：一是 “重普轻职” 的社会偏见导致的身份尴尬，二是生源结构复杂带来的学生管理压力，三是 “双师型” 能力要求带来的职业发展压力，四是数字化背景下非工作时间工作连通带来的边界模糊压力（周婷婷，2024）。而滇西边境地区由于地理位置偏远、信息相对闭塞，教师面临的社会认同困境与职业发展约束更为突出。在此情境下，职业认同作为重要的内在心理资源，能够帮助教师从职业的社会价值中寻找意义感，将外部压力转化为职业使命感，从而缓冲不利环境对幸福感的侵蚀。这也与相关质性研究的发

现相呼应 —— 中职教师在结构性困境中往往通过强化职业价值认知进行自我调适，当教师真正认同职业的意义时，即便外部条件有限，也能获得稳定的内在幸福体验（渝旋，2022）。

这一发现对边疆中职教师管理具有重要启示：提升教师幸福感不能仅依赖外部资源投入，还需重视内在心理资源的培育。通过强化职业价值引领、搭建专业成长平台、营造尊重教师的校园文化，帮助教师建立稳定而积极的职业认同，能够形成抵御外部压力的心理缓冲带，实现幸福感的可持续提升。

4.4 职业认同的部分中介机制：“支持-认同 - 幸福” 的传导路径

基于全部假设检验结果，本节整合整体研究模型，对比既往研究成果，剖析本研究中介效应的差异化特征与深层原因，完善整体作用机制解读。

本研究验证了职业认同的部分中介作用，即组织支持感既直接提升职业幸福感，也通过强化职业认同间接增进幸福感，形成 “组织管理支持 — 职业身份认同 — 积极幸福体验” 的传导链条，与王钢等人（2018）、刘玉敏等人（2024）的研究逻辑一致。

值得注意的是，本研究中间接效应占比为 19.83%，低于已有研究在幼儿教师群体中测得的 38.3%。这一差异具有区域合理性：滇西边境地区中职教师面临的物质资源约束更强，薪酬待遇、工作条件、发展机会等客观支持对幸福感的直接影响权重更大，而职业认同等心理资源的传导作用相对弱化。这一发现提示，边疆地区中职学校提升教师幸福感不能 “重精神、轻物质”，必须首先夯实物质与制度层面的直接支持，解决教师最关心的待遇、发展、权益等实际问题；在此基础上辅以职业认同培育，二者协同发力才能实现最优效果。

此外，部分中介的结果也说明，组织支持感影响职业幸福感还存在其他未纳入本研究的传导路径，例如心理资本、工作投入、职业倦怠等变量均可能在其中发挥中介作用，未来可进一步构建更完善的链式中介模型，全面揭示其作用机制。

5. 结论与管理启示

综合前文实证分析与结果讨论内容，本章凝练本研究的核心研究结论，结合滇西边境中职教育发展实际，针对性提出可落地、可操作的教育管理启示，为区域中职师资建设提供参考。

5.1 研究结论

通过系统的实证检验与结果分析，本研究厘清了滇西边境中职教师组织支持感、职业认同与职业幸福感的现状水平与内在关联，核心研究结论如下。

本研究以滇西边境保山市 300 名公办中职教师为样本，系统检验了组织支持感、职业认同与职业幸福感的关系及作用机制，主要得出以下结论：第一，滇西边境公办中职教师的组织支持感、职业认同与职业幸福感整体处于中等水平，三个变量均值均接近量表中点，仍存在较大的提升空间，反映出边疆中职教师工作生活质量仍有改善潜力。第二，组织支持感对职业幸福感具有显著正向预测作用，是提升边疆中职教师职业幸福感的关键外部因素，学校层面的人力资源支持体系能够直接转化为教师的积极职业体验。第三，组织支持感对职业认同具有显著正向促进作用，完善的组织支持体系能够有效增强教师的职业价值认可、职业归属感与角色认同，推动教师职业身份的组织社会化。第四，职业认同在组织支持感与职业幸福感之间起部分中介作用，组织支持既可以直接提升幸福感，也可以通过强化职业认同间接增进幸福感，间接效应占总效应的 19.83%。

5.2 教育管理启示

结合前述研究结论与边疆职教发展痛点，从学校管理、师资培育、制度建设、政策保障多维度出发，提出适配滇西边境中职学校的管理优化策略。

结合滇西边境中职教育发展实际与研究结论,从人力资源管理视角提出以下四点实践建议：

5.2.1 构建三维度组织支持体系，优化资源配置效率

立足组织支持感三大核心维度，精准补齐学校管理与资源服务短板，全方位完善教师组织支持体系，夯实教师幸福感提升的外部基础。

围绕工作支持、价值认同、关心利益三个维度精准施策，构建系统化的教师支持体系。工作支持层面，完善“双师型”教师培养机制，增加企业实践、技能培训机会，优化职称评审通道，解决教师专业发展的实际瓶颈；加大实训设备投入与维护力度，简化行政审批流程，为教师开展教学实训提供便利。价值认同层面，建立多元教师评价体系，充分认可教师在学生管理、校企合作、技能竞赛指导中的额外付出，通过表彰宣传、荣誉授予等方式增强教师的职业价值感。关心利益层面，优化校内绩效工资分配制度，打破平均主义，实现优绩优酬，向一线教学教师、专业课教师倾斜；加强对教师的人文关怀，切实解决教师在工作与生活中的实际困难。

5.2.2 强化职业认同培育，健全组织社会化机制

依托职业认同的中介赋能作用，针对性开展教师职业价值培育，破解边疆中职教师职业身份困惑与归属感缺失问题。

将职业认同培育纳入教师队伍建设全过程，健全教师组织社会化机制。一方面加强职业价值引领，结合边疆职业教育服务乡村振兴、稳边固边的特殊使命，引导教师深刻认识职业的社会意义，增强职业使命感；另一方面搭建教师专业成长平台，通过名师工作室、校企合作项目、技能竞赛指导等载体，让教师在专业成就中巩固职业认同。重点关注青年教师入职适应，通过师徒结对、同行交流、入职培训等方式，帮助新手教师化解角色困惑，平稳完成职业社会化过程，尽早建立稳定的职业认同。

5.2.3 完善绩效激励机制，激发教师内生动力

为长效维系教师积极职业状态，结合研究结论优化校内激励制度，破除管理弊端，充分调动教师工作主动性与创造性。

建立科学公平的绩效评价与激励机制，充分发挥管理的指挥棒作用。优化教师评价指标体系，改变重科研轻教学、重数量轻质量的评价导向，将教学质量、实训效果、学生成长、校企合作成效等纳入评价范畴，全面反映教师的工作贡献。完善激励机制，将评价结果与绩效分配、职称晋升、评优评先直接挂钩，真正实现多劳多得、优绩优酬，激发教师的工作积极性与内生动力。同时保障教师在学校管理中的知情权、参与权、表达权与监督权，推动学校管理民主化，增强教师的主人翁意识。

5.2.4 争取区域政策倾斜，补齐边疆资源短板

结合滇西边境地域特殊性，从宏观政策层面提出优化建议，补齐区域职教资源短板，为教师职业发展与幸福提升提供宏观保障。

地方政府与教育行政部门应加大对边境地区职业教育的政策倾斜与经费投入，逐步补齐资源短板。加大职业教育经费投入，落实教师待遇保障政策，优化师资配置结构，逐步解决生师

比过高、结构性缺编等历史问题；设立边境教师专项补贴，提高边疆中职教师的待遇水平，增强岗位吸引力。加强区域内校际资源共享，建立师资共享、实训基地共用、培训共办的协同机制，缓解单个学校资源不足的问题。同时加强职业教育正面宣传，消除“重普轻职”的社会偏见，提升中职教师的社会声望，从宏观层面为教师职业幸福感提升创造良好的外部环境。

6 .研究不足与展望

本研究仍存在一定局限：首先，采用横截面调查设计，仅能反映变量间的关联关系，难以充分揭示因果动态与发展变化规律，未来可采用纵向追踪设计，进一步考察变量间的因果方向与动态作用机制。其次，样本仅覆盖滇西保山市的公办中职教师，研究结论的推广范围有限，未来可扩大样本范围至更多边境州市，开展不同区域、不同办学性质学校的比较研究，提高研究结论的普适性。最后，本研究仅考察了职业认同的单一中介作用，教师职业幸福感的形成机制更为复杂，未来可纳入心理资本、工作投入、职业倦怠等变量，构建链式中介或调节效应模型，全面揭示边疆中职教师职业幸福感的形成路径。

7.参考文献

[1]陈相宇、刘晓（2021）。中职学校教师职业倦怠的影响因素及其作用关系 —— 基于工作满意度、组织承诺、心理资本的实证研究。*职教论坛，(12)，*102-109。

[2]何安妮（2022）。**农村中等职业学校教师职业认同及其影响因素研究（硕士学位论文）。**汕头大学，汕头。

[3]胡秀锦、周齐佩（2021）。中职学校青年教师职业认同困境：表现、归因与突破。*教师教育研究，33 (5)，*50-56。

[4]贾德忠、祝军（2025）。滇西边境地区职业教育发展困境与突破路径。*教育与职业，(5)，*56-62。

[5]康永久、卢意（2026）。技术教育的良心维度 —— 基于中职学校的田野研究。*教育学术月刊，(3)，*35-44。

[6]凌文辁、杨海军、方俐洛（2006）。企业员工的组织支持感。*心理学报，38 (2)，*281-287。

[7]刘育锋（2009）。结构性矛盾 —— 中职教师配置急需关注的重大问题 ——2004-2007 年中职校（机构）教师队伍状况分析。*中国职业技术教育，(4)*，40-43。

[8]刘玉敏、张丽华、王芳（2024）。特殊教育教师组织支持感与职业幸福感：职业认同和工作旺盛感的中介作用。*心理与行为研究，22 (2)，*245-253。

[9]沈有禄(2018)。中职教师工资福利及补助支出地区配置差异分析 —— 基于 2007-2016 年的数据。*教育学术月刊，(11)，*33-46。

[10]史华伟、王凤霞、马志强、张勇（2023）。高校教师组织支持感与职业幸福感：心理资本和情绪衰竭的链式中介作用。*心理发展与教育，39 (2)，*231-240。

[11]王钢(2013)。幼儿教师职业幸福感的特点及其与职业承诺的关系。*心理发展与教育,29 (6)，*628-634。

[12]王钢、黄旭、鲁雪、张大均（2018）。幼儿教师政府支持、组织支持和胜任力对职业幸福感的影响：职业认同的中介作用。*学前教育研究，(1)，*17-28。

[13]王钢、张大均、刘先强（2017）。幼儿教师胜任力和职业压力对职业幸福感的影响：职业认同和职业倦怠的作用。*心理与行为研究，15（1），*83-91。

[14]王姣艳、瞿家怡、卢家楣（2020）。特殊教育教师职业认同对职业幸福感的影响：一个有调节的中介作用机制。*中国特殊教育，(9)，*39-45。

[15]王黎华、徐长江（2008）。组织支持感对中小学教师幸福感与工作倦怠的影响。*中国临床心理学杂志，16（6），*574-575。

[16]王潇轶（2024）。**中等职业学校班主任职业压力与职业幸福感的关系研究（硕士学位论文）。**河南大学，开封。

[17]魏淑华、宋广文、张大均（2013）。我国中小学教师职业认同的结构与量表。*心理学报，45（10），*1135-1144。

[18]尹玉辉（2021）。中职教师队伍：从业现状、建设成效与政策建议 —— 基于全国中等职业教育教师满意度调查。*河北师范大学学报（教育科学版），23（4），*88-93。

[19]渝旋（2022）。**中职教师职业认同的现状调查研究 —— 以重庆市 B 区为例（硕士学位论文）。**重庆师范大学，重庆。

[20]张文、刘林峰、陈丽（2025）。职业院校教师组织支持感、心理资本与工作投入的关系研究。*职业技术教育，46（5），*62-68。

[21]张周（2022）。政府主导是职业教育发展的原动力 —— 以保山职业教育改革发展为例。*现代职业教育，(23)，*106-108。

[22]周婷婷（2024）。**非工作时间工作连通行为对中小学教师职业幸福感的影响（硕士学位论文）。**广西师范大学，桂林。

[23] Blau, P. M. (1964). *Exchange and power in social life*. New York, USA: John Wiley & Sons.

[24] Eisenberger, R., Huntington, R., Hutchison, S., & Sowa, D. (1986). Perceived organizational support. *Journal of Applied Psychology, 71 (3),* 500-507.

[25] Granziera, H. (2022). *Teachers' personal resources:* What do we know and where do we go? A scoping review through the lens of job demands-resources theory. *Journal of Positive Psychology & Wellbeing, 6 (2),* 1695-1718.

[26] Rhoades, L. & Eisenberger, R. (2002). Perceived organizational support: A review of the literature. *Journal of Applied Psychology, 87 (4),* 698-714.

[27] Viac, C. & Fraser, P. (2020). *Teachers' well-being: A framework for data collection and analysis (OECD Education Working Papers No. 213)*. OECD Publishing. doi:10.1787/c36fc9d3-en

高校教师自主支持对大学生自主学习能力的影响研究——学习动机的中介作用与时间管理倾向的调节作用

The Impact of College Teachers' Autonomy Support on College Students' Autonomous Learning Ability: The Mediating Role of Learning Motivation and the Moderating Role of Time Management Disposition

作者 （吴奇钊） 泰国南邦国际科技学院 国际学院 邮箱：1548359810@qq.com

WU QiZhao, International College, Lampang Inter-Tech College, Thailand. Email: 1548359810@qq.com

摘要：在高等教育教学模式由知识传授向能力培养转变的背景下，大学生自主学习能力已经成为影响学习质量和持续发展的重要因素。本文以高校教师自主支持为切入点，探讨其对大学生自主学习能力的影响，并检验学习动机的中介作用和时间管理倾向的调节作用。研究采用问卷调查法，以 4 所普通本科高校的 438 名大学生为调查对象，运用 SPSS 进行描述性统计、信效度分析、相关分析、回归分析以及中介和调节效应检验。研究结果表明：第一，高校教师自主支持显著正向影响大学生自主学习能力；第二，教师自主支持能够显著提升学生学习动机，学习动机在教师自主支持与自主学习能力之间发挥部分中介作用，中介效应占总效应的 42. 67%；第三，时间管理倾向显著正向调节教师自主支持对自主学习能力的影响，时间管理倾向较高的学生能够更有效地将教师支持转化为学习计划、学习管理和学习评价行为。研究认为，大学生自主学习能力的形成是外部教学支持、内部学习动力与个体时间管理资源共同作用的结果。高校应优化教师自主支持行为，加强学生学习动机培养，并将时间管理训练纳入学习指导体系，从而建立教师支持与学生自主发展相结合的育人机制。

关键词：教师自主支持；自主学习能力；学习动机；时间管理倾向；大学生

Abstract： Against the transition of higher education from knowledge transmission to competency development, autonomous learning ability has become an important factor affecting university students' learning quality and sustainable development. This study examined the influence of college teachers' autonomy support on students' autonomous learning ability, with particular attention to the mediating role of learning motivation and the moderating role of time management disposition. Questionnaire data were collected from 438 undergraduate students at four universities. Descriptive statistics, reliability and validity tests, correlation analysis, regression analysis, and mediation and moderation tests were conducted using SPSS. The results showed that teachers' autonomy support had a significant positive effect on students' autonomous learning ability. Teachers' autonomy support also significantly enhanced learning motivation, which partially mediated the relationship between teachers' autonomy support and autonomous learning ability, accounting for 42.67% of the total effect. In addition, time management disposition positively moderated the effect of teachers' autonomy support on autonomous learning ability. Students with stronger time management

disposition were more capable of translating teachers' support into learning planning, learning management, strategy use, and self-evaluation. These findings indicate that autonomous learning ability results from the combined effects of external instructional support, internal learning motivation, and individual time management resources. Universities should therefore improve autonomy-supportive teaching, strengthen students' learning motivation, and incorporate time management training into academic guidance systems.

Keywords: Teacher Autonomy Support; Autonomous Learning Ability; Learning Motivation; Time Management Disposition; College Students

1. 绪论

1.1 研究背景

随着高等教育改革和教育数字化不断推进，大学生的学习环境呈现出开放化、灵活化和资源多元化等特征。学生不仅需要完成课堂学习，还需要自主安排课外阅读、在线课程、专业实践和能力拓展。传统依赖教师安排和外部监督的学习方式已难以满足高校人才培养要求，能否主动设定学习目标、制定学习计划、选择学习方法、监控学习过程并评价学习效果，逐渐成为衡量大学生学习质量和持续发展能力的重要标准。

自主学习能力并非完全来源于学生个人特质，也受到教师教学行为和课堂环境的影响。教师自主支持强调教师尊重学生观点、理解学生感受、提供适当选择、说明学习任务意义并给予支持性反馈。Alrabai（2021）的实验研究表明，自主支持型教学能够显著增强学生的课堂自主性。Bai 和 Gu（2022）发现，教师自主支持能够促进学生在线自我调节学习。Yang 等（2022）对相关纵向研究进行系统分析后指出，教师自主支持与学生学习投入之间存在较为稳定的正向关系。因此，在高校学习环境中，教师自主支持可能是促进学生自主学习能力发展的重要外部条件。

然而，教师提供自主选择和学习支持，并不意味着学生必然能够形成稳定的自主学习行为。教师支持需要通过学生内部心理过程转化为学习行动。学习动机决定学生是否愿意参与学习、持续投入并克服困难，是连接教学环境与自主学习行为的重要机制。Pelikan 等（2021）发现，基本心理需要满足和内在动机能够显著预测大学生的学习坚持，并降低拖延倾向。Klaykaew 和 Prasittichok（2024）也指出，有针对性的学习干预能够同时提升大学生的学习动机和自我调节学习水平。

与此同时，学生能否有效利用教师提供的自主空间，还取决于其时间管理倾向。大学学习具有较少外部约束和较高时间安排自由度。时间管理倾向较强的学生能够明确任务优先顺序、合理分配学习时间并持续监控学习进度；时间管理倾向较弱的学生即使获得教师支持，也可能因计划不足、拖延或执行力有限而难以转化为实际学习成果。Wolters 和 Brady（2021）指出，时间管理是大学生自我调节学习过程中的核心组成部分。

基于此，本文构建“教师自主支持—学习动机—自主学习能力”的中介模型，并引入时间管理倾向作为调节变量，以揭示高校教师自主支持影响大学生自主学习能力的内在心理机制和个体边界条件。

1.2 研究目的

本文主要实现以下三个研究目的：

1. 分析高校教师自主支持对大学生自主学习能力的直接影响。

2. 检验学习动机在高校教师自主支持与大学生自主学习能力之间的中介作用。

3. 考察时间管理倾向对高校教师自主支持与大学生自主学习能力关系的调节作用。

1.3 研究问题

本文主要回答以下问题：

1. 高校教师自主支持是否能够显著提升大学生自主学习能力？

2. 学习动机是否在教师自主支持与自主学习能力之间发挥中介作用？

3. 时间管理倾向是否会影响教师自主支持对自主学习能力的作用强度？

1.4 研究意义

从理论层面看，本文将教师教学环境、学生内部动机和个体时间管理资源纳入统一模型，拓展了大学生自主学习能力影响机制的研究。以往研究较多单独讨论教师自主支持、学习动机或时间管理，而对三者如何共同影响自主学习能力的研究相对不足。本文能够进一步解释教师支持为何有效，以及教师支持在何种学生群体中能够发挥更强作用。

从实践层面看，研究结果能够为高校教师优化教学方式提供依据。教师不仅需要向学生提供选择，还应说明任务价值、给予过程反馈并帮助学生形成明确目标。同时，高校应加强学习动机培养和时间管理训练，使学生具备将外部支持转化为自主学习行为的能力。

1.5 研究创新

第一，本文从教师自主支持这一外部教学因素出发，分析大学生自主学习能力的形成，拓展了以往主要从学习策略和学生个体特征解释自主学习能力的研究视角。

第二，本文将学习动机作为中介变量，揭示教师自主支持通过激发学生内部学习动力促进自主学习能力的心理路径。

第三，本文将时间管理倾向作为调节变量，分析学生个体资源差异对教师自主支持作用效果的影响，从而构建更加完整的有调节中介解释框架。

2. 理论基础与研究假设

2.1 教师自主支持与自主学习能力

教师自主支持主要表现为尊重学生观点、提供学习选择、理解学生困难、解释任务意义并给予非控制性的支持性反馈。自主支持型教师并非完全放弃课堂管理，而是在明确学习要求的基础上，帮助学生形成对学习任务的主动认同。

Alrabai（2021）发现，自主支持型教学干预能够提高学生课堂自主性。Brandisauskiene等（2022）指出，教师自主支持行为与学生学习策略使用之间存在显著联系。Bai 和 Gu（2022）的研究进一步表明，在网络学习情境中，教师自主支持能够促进学生自我调节学习。由此可见，教师支持可以增强学生对学习任务的掌控感，使其更愿意自主规划、管理和评价学习过程。因此，提出以下假设：

H1：高校教师自主支持对大学生自主学习能力具有显著正向影响。

2.2 学习动机的中介作用

学习动机是学生发起、维持和调节学习行为的内部动力。教师在课堂中提供适当选择、积极反馈和情感理解，能够使学生感受到学习活动具有自主性和价值，从而增强学习兴趣、目标认同和能力信心。

Pelikan 等（2021）指出，大学生基本心理需要的满足能够提升内在动机和学习坚持。Brenner（2022）认为，自我决定与自我调节学习之间存在紧密联系，自主支持环境有助于学生形成主动学习和持续调节能力。Klaykaew 和 Prasittichok（2024）的研究也表明，学习动机提升能够促进大学生自我调节学习。

当学习动机较强时，学生更愿意制定学习计划、主动寻找资源、调整学习策略并反思学习效果。因此，教师自主支持可能首先提高学习动机，再通过学习动机促进自主学习能力。据此提出：

H2：学习动机在高校教师自主支持与大学生自主学习能力之间发挥中介作用。

2.3 时间管理倾向的调节作用

时间管理倾向反映个体对时间价值的认识、对任务时间的计划和监控，以及对自身有效利用时间的信心。教师自主支持为学生提供了学习资源和自主空间，但这些资源能否被有效利用，与学生的计划和执行能力有关。

Wolters 和 Brady（2021）指出，时间管理不是简单记录时间，而是包括目标设定、任务排序、进度监控和策略调整的自我调节过程。Klimova 等（2022）发现，在开放性较高的在线学习环境中，大学生的时间安排和自我调节能力直接影响其学习适应情况。

时间管理倾向较强的学生能够将教师提供的选择转化为明确计划，并根据任务要求安排学习时间；时间管理倾向较弱的学生则可能因缺乏计划和过程控制而无法充分利用

教师支持。因此，提出：H3：时间管理倾向正向调节高校教师自主支持与大学生自主学习能力之间的关系。时间管理倾向越高，教师自主支持的正向作用越强。

3. 研究设计

3.1 研究对象与数据收集

本文以普通本科高校在校大学生为研究对象，选择综合类、理工类、师范类和应用型本科高校各 1 所开展问卷调查。调查采用分层抽样与便利抽样相结合的方法，兼顾不同学校、年级和专业类别。

研究共发放问卷 500 份，回收问卷 462 份。剔除作答时间过短、连续选择相同选项、存在较多缺失值及逻辑矛盾的问卷后，获得有效问卷 438 份，有效率为 94.81%。所有问卷均采用匿名形式，调查对象在知情和自愿基础上参与。

3.2 变量测量

教师自主支持主要测量教师提供选择、理解学生想法、鼓励自主表达和给予支持性反馈的程度，共 8 个题项。

大学生自主学习能力包括学习计划、学习管理、学习方法和学习评价 4 个维度，共 16 个题项。

学习动机包括内在动机、外在动机和自我效能感 3 个维度，共 12 个题项。

时间管理倾向包括时间价值感、时间监控观和时间效能感 3 个维度，共 15 个题项。

所有题项均采用 Likert 5 点计分，1 表示“完全不符合”，5 表示“完全符合”。得分越高，表示相应变量水平越高。

3.3 数据分析方法

本文使用 SPSS 进行统计分析。首先，通过频数和百分比分析样本特征；其次，采用 Cronbach’s α系数、KMO 值和 Bartlett 球形检验分析量表信效度；再次，采用 Pearson 相关分析检验变量间关系；最后，通过层次回归和 Bootstrap 方法检验直接效应、中介效应和调节效应。

4. 研究结果

4.1 样本基本特征

表 1 显示，438 名受访者中，男生占 43.61%，女生占 56.39%，性别分布较为合理。大一至大四学生分别占 23.29%、27.40%、26.03%和 23.29%，不同年级均得到覆盖。理工类学生比例最高，为 29.22%；其次为文史类和经管类，分别占 20.78%和 19.41%。整体来看，样本涵盖不同性别、年级和专业类型，具有一定代表性。

表 1：样本人口统计特征（N=438）

变量	类别	人数	百分比
性别	男	191	43.61%
	女	247	56.39%
年级	大一	102	23.29%
	大二	120	27.40%
	大三	114	26.03%
	大四	102	23.29%
专业类别	文史类	91	20.78%
	理工类	128	29.22%
	经管类	85	19.41%
	教育类	66	15.07%
	艺术及其他	68	15.53%
生源地	城镇	203	46.35%
	农村	235	53.65%

资料来源：本研究整理。

4.2 信度与效度分析

由表 2 可知，教师自主支持、学习动机、时间管理倾向和自主学习能力的 Cronbach’s α系数分别为 0.912、0.905、0.918 和 0.927，均高于 0.80，表明各量表具有较高内部一致性。

各变量 KMO 值介于 0.881—0.928 之间，均高于 0.80；Bartlett 球形检验均达到显著水平，说明题项之间具有充分相关性，数据适合进行因子分析。各题项标准化因子载荷介于 0.628—0.856 之间，未出现明显低载荷题项，量表结构效度良好。

表 2：主要变量信度与效度检验

变量	题项数	Cronbach’s α	KMO	Bartlett χ^2	p值	因子载荷范围
教师自主支持	8	0.912	0.906	1924.36	<0.001	0.682–0.856
学习动机	12	0.905	0.894	2387.51	<0.001	0.641–0.824
时间管理倾向	15	0.918	0.881	2765.44	<0.001	0.628–0.838
自主学习能力	16	0.927	0.928	3218.69	<0.001	0.653–0.847

资料来源：本研究整理。

此外，Harman 单因子检验结果显示，未旋转情况下第一个公共因子的解释率为 31.74%，低于 40%的判断标准，说明本研究不存在严重的共同方法偏差。

4.3 描述性统计与相关分析

表 3 显示，教师自主支持的平均值为 3.76，学习动机平均值为 3.71，时间管理倾向平均值为 3.65，自主学习能力平均值为 3.72，均高于理论中值 3，说明受访大学生对教师自主支持的总体感知较为积极，学习动机、时间管理倾向和自主学习能力均处于中等偏上水平。

教师自主支持与学习动机、自主学习能力分别呈显著正相关，相关系数为 0.587 和 0.603；学习动机与自主学习能力的相关系数为 0.649；时间管理倾向与自主学习能力的相关系数为 0.556，均在 0.01 水平达到显著。所有相关系数均低于 0.80，未发现严重多重共线性问题。

表 3：描述性统计与变量相关系数

变量	平均值	标准差	1	2	3	4
1.教师自主支持	3.76	0.64	1			
2.学习动机	3.71	0.61	0.587**	1		
3.时间管理倾向	3.65	0.59	0.418**	0.492**	1	
4.自主学习能力	3.72	0.60	0.603**	0.649**	0.556**	1

注：**p<0.01。

资料来源：本研究整理。

相关分析初步说明，学生感知到的教师自主支持越高，其学习动机和自主学习能力越强；同时，具有较高时间管理倾向的学生通常也表现出更高自主学习能力。

4.4 教师自主支持对自主学习能力的直接影响

为检验 H1，本文采用层次回归分析。模型 1 首先纳入性别、年级和专业类别等控制变量，模型 2 在此基础上加入教师自主支持。

表 4 显示，控制人口学变量后，教师自主支持对自主学习能力具有显著正向影响，标准化回归系数为 0.596，t 值为 15.45，p<0.001。加入教师自主支持后，模型解释率由 3.1%提升至 36.9%，教师自主支持独立解释了 33.8%的自主学习能力差异。因此，H1 得到支持。

表 4：教师自主支持对自主学习能力的回归结果

变量	模型1 β	模型2 β
性别	0.041	0.023
年级	0.126*	0.071
专业类别	0.083	0.049
教师自主支持	—	0.596***
R^2	0.031	0.369
调整后R^2	0.024	0.363
ΔR^2	—	0.338
F值	4.61**	63.42***

注：*p<0.05，**p<0.01，***p<0.001。

资料来源：本研究整理。

这一结果表明，当教师尊重学生选择、鼓励学生表达观点并提供积极反馈时，学生更容易形成学习责任感和控制感，并主动开展学习计划、学习管理和学习评价。该结果与 Alrabai（2021）、Bai 和 Gu（2022）以及 Yang 等（2022）的研究结论一致。

4.5 学习动机的中介效应

本文采用 Bootstrap 5000 次重复抽样检验学习动机的中介效应。由表 5 可知，教师自主支持对学习动机的影响显著，路径系数 a 为 0.587；在同时纳入教师自主支持和学习动机后，学习动机对自主学习能力的影响仍然显著，路径系数 b 为 0.451。

教师自主支持对自主学习能力的总效应为 0.600，直接效应为 0.344，间接效应为 0.256。间接效应的 95%置信区间为[0.198，0.319]，不包含 0，说明学习动机的中介效应显著。加入学习动机后，教师自主支持的直接效应仍然显著，因此学习动机发挥部分中介作用。中介效应占总效应的 42.67%，H2 得到支持。

表 5：学习动机的中介效应检验

效应类型	效应值	Boot标准误	95%置信区间下限	95%置信区间上限	效应占比
总效应	0.600	0.039	0.523	0.676	100.00%
直接效应	0.344	0.044	0.258	0.429	57.33%
间接效应	0.256	0.031	0.198	0.319	42.67%

资料来源：本研究整理。

中介结果说明，教师自主支持并非只通过外部教学安排直接提升学生自主学习能力，还会通过增强学生内部学习动力发挥作用。当教师允许学生参与任务选择、解释课程目标并提供支持性反馈时，学生更容易认识学习活动的价值，增强学习兴趣和完成任务的信心。学习动机提高后，学生会更加主动地设定目标、安排学习时间和调整学习方法。

4.6 时间管理倾向的调节效应

为检验 H3，本文对教师自主支持和时间管理倾向进行中心化处理，并构建“教师自主支持×时间管理倾向”交互项。层次回归结果见表 6。

模型 2 显示，教师自主支持和时间管理倾向均显著正向预测自主学习能力。模型 3 加入交互项后，交互项的标准化回归系数为 0.117，$p<0.01$，模型解释率增加 1.3%，说明时间管理倾向在教师自主支持与自主学习能力之间发挥显著正向调节作用，H3 得到支持。

表 6：时间管理倾向的调节效应检验

变量	模型1 β	模型2 β	模型3 β
性别	0.041	0.019	0.017
年级	0.126*	0.052	0.047
专业类别	0.083	0.036	0.034
教师自主支持	—	0.448***	0.437***
时间管理倾向	—	0.361***	0.349***
教师自主支持×时间管理倾向	—	—	0.117**
R^2	0.031	0.477	0.490
ΔR^2	—	0.446	0.013
F值	4.61**	78.59***	69.06***

注：*p<0.05，**p<0.01，***p<0.001。

资料来源：本研究整理。

为进一步解释调节效应，本文按照平均值正负一个标准差将时间管理倾向划分为高、低两个水平，并进行简单斜率检验。

表 7：不同时间管理倾向水平下的简单斜率

时间管理倾向水平	简单斜率	标准误	t值	p值
低水平（M−1SD）	0.346	0.054	6.41	<0.001
平均水平	0.437	0.041	10.66	<0.001
高水平（M+1SD）	0.528	0.050	10.56	<0.001

资料来源：本研究整理。

简单斜率结果显示，在不同时间管理倾向水平下，教师自主支持均能显著促进自主学习能力，但在高时间管理倾向群体中的作用更强。对于时间管理倾向较高的学生，教师提供自主选择后，其能够及时设定目标、分配时间并监控进度，因此教师支持更容易转化为稳定的自主学习行为。相反，时间管理倾向较低的学生可能虽然感受到教师支持，却难以形成清晰的行动安排。

4.7 假设检验结果汇总

表 8：研究假设检验结果

假设	内容	检验结果
H1	高校教师自主支持显著正向影响大学生自主学习能力	支持
H2	学习动机在教师自主支持与自主学习能力之间发挥中介作用	支持，部分中介
H3	时间管理倾向正向调节教师自主支持与自主学习能力之间的关系	支持

资料来源：本研究整理。

5. 讨论

5.1 教师自主支持能够促进自主学习能力

研究结果表明，教师自主支持显著正向影响大学生自主学习能力。教师越能够尊重学生的学习选择、理解学生的实际困难并给予支持性反馈，学生越容易主动制定学习目标和计划，并对学习过程进行管理和评价。

这一结果说明，自主支持不是降低教师责任或完全放任学生，而是通过提供结构清晰但非控制性的教学环境，使学生逐渐承担学习责任。该结果与 Alrabai（2021）关于自主支持教学提升课堂自主性的结论一致，也与 Bai 和 Gu（2022）关于教师自主支持促进在线自我调节学习的发现相符。

5.2 学习动机发挥部分中介作用

学习动机在教师自主支持与自主学习能力之间发挥部分中介作用，说明教师自主支持既能够直接改善学生学习行为，也能够通过激发内部学习动力间接发挥作用。

教师给予选择和积极反馈，有助于学生形成对学习任务的价值认同和能力信心。当

学生认为学习是有意义且能够完成的，其学习行为会由外部要求逐渐转化为自我驱动。Pelikan 等（2021）强调，内在动机是维持远程学习坚持的重要因素；Klaykaew 和 Prasittichok（2024）也发现，学习动机与自我调节学习能够通过干预同步提高。

学习动机只发挥部分而非完全中介作用，表明教师自主支持还可能通过自我效能感、师生关系、学习投入和成长型思维等其他路径影响自主学习能力。

5.3 时间管理倾向强化教师自主支持的作用

时间管理倾向的正向调节作用说明，同样的教师支持对不同学生产生的实际效果并不完全相同。教师支持属于外部学习资源，而时间管理倾向决定学生能否有效组织和利用这一资源。

时间管理倾向较强的学生能够将教师提供的自主选择具体化为学习任务和时间安排，并通过监控进度保证计划实施。时间管理倾向较弱的学生则可能在自由度提高后出现目标模糊、拖延和学习过程松散等问题。该结果进一步支持 Wolters 和 Brady（2021）关于时间管理是自我调节学习核心过程的观点。

6. 提升大学生自主学习能力的实践路径

6.1 优化教师自主支持行为

高校教师应由单一知识传授者转变为学生自主学习的支持者。课程教学中可以为学生提供适度的主题、任务或成果形式选择，并通过说明课程要求和任务价值帮助学生理解“为什么学习”。

教师还应减少威胁性、命令性和过度控制性的语言，更多采用提问、建议和过程性反馈。自主支持必须与明确的课程结构结合，既给予学生选择，也提供必要目标、标准和资源指导。

6.2 建立学习动机激发机制

高校应通过目标引导、积极反馈、任务价值说明和多元评价增强学生学习动机。课程任务应与学生专业发展和现实问题相联系，使学生认识到学习内容的应用价值。

教师可以将较大的学习任务拆分为不同阶段，通过阶段性成果反馈增强学生胜任感。同时，应允许学生参与目标设定和学习成果展示，使外部课程要求逐渐转化为学生个人学习目标。

6.3 加强时间管理训练

高校应将时间管理训练纳入新生教育、学习指导和学业预警体系。训练内容不能只停留在时间表制作，还应包括目标分解、任务排序、学习时间估算、进度监控和计划调整。

对于时间管理倾向较弱的学生，可以提供更加明确的阶段期限、学习清单和定期反馈；对于时间管理能力较强的学生，则可给予更高自主空间，鼓励其开展项目学习和个性化学习。

6.4 构建分层分类的学习支持体系

不同学生在学习动机和时间管理方面存在差异，高校不宜采用完全相同的自主学习培养方式。可以通过学习动机、时间管理和自主学习能力测评识别学生需求，并提供差异化支持。

表 9： 大学生自主学习能力提升路径

提升维度	主要目标	实施方式	评价重点
教师自主支持	增强学生自主感	提供选择、解释任务意义、支持性反馈	学生是否感受到尊重和有效指导
学习动机	提升学习兴趣和目标认同	目标引导、真实任务、阶段反馈	学习投入与坚持是否提高
时间管理	增强计划和执行能力	目标分解、任务排序、进度监控	计划完成率与拖延行为变化
学习指导	提供个性化支持	学业咨询、朋辈辅导、学习工作坊	不同学生需求是否得到回应
过程评价	强化自我反思	学习日志、自评互评、成果档案	学生能否主动调整学习策略

资料来源：本研究整理。

7. 研究结论

本文以 438 名普通本科高校大学生为研究对象，分析高校教师自主支持对大学生自主学习能力的影响，并检验学习动机的中介作用与时间管理倾向的调节作用。研究结果表明，高校教师自主支持能够显著提升大学生自主学习能力，说明尊重学生选择、理解学生想法和提供支持性反馈有助于增强学生的学习计划、学习管理、方法运用和自我评价能力。学习动机在教师自主支持与自主学习能力之间发挥部分中介作用，表明教师支持不仅直接改善学生学习行为，也能够通过激发学习兴趣、目标认同和能力信心间接促进自主学习。时间管理倾向发挥显著正向调节作用，在时间管理倾向较高的学生中，教师自主支持对自主学习能力的促进效果更加明显。由此可见，大学生自主学习能力并非由单一因素决定，而是教师外部支持、学生内部动机和时间管理资源共同作用的结果。高校应在优化教师自主支持型教学的同时，加强学习动机培养和时间管理训练，建立分层分类的学习支持机制。本文采用横断面自陈式问卷，变量间因果关系仍需谨慎解释。未来研究可以采用纵向追踪、实验干预和多来源数据，进一步比较不同学校类型、专业类别和教学模式下变量关系的差异。

参考文献

[1] Alrabai, F. (2021). The influence of autonomy-supportive teaching on EFL students' classroom autonomy: An experimental intervention. *Frontiers in Psychology, 12*, 728657. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.728657

[2] Bai, X., & Gu, X. (2022). Effect of teacher autonomy support on the online self-regulated learning of students during COVID-19 in China: The chain mediating effect of parental autonomy support and students' self-efficacy. *Journal of Computer Assisted Learning, 38*(4), 1173–1184. https://doi.org/10.1111/jcal.12676

[3] Brandisauskiene, A., Buksnyte-Marmiene, L., Daugirdiene, A., Cesnaviciene, J., Jarasiunaite-Fedosejeva, G., Kemeryte-Ivanauskiene, E., & Nedzinskaite-Maciuniene, R. (2022). Teachers' autonomy-supportive behaviour and learning strategies applied by students: The role of students' growth mindset and classroom management in low-SES-context schools. *Sustainability, 14*(13), 7664. https://doi.org/10.3390/su14137664

[4] Brenner, C. A. (2022). Self-regulated learning, self-determination theory and teacher candidates' development of competency-based teaching practices. *Smart Learning Environments, 9*, 3. https://doi.org/10.1186/s40561-021-00184-5

[5] Klaykaew, K. K., & Prasittichok, P. (2024). The effects of the ADMIRE program on the learning motivation and self-regulated learning of university students. *European Journal of Educational Research, 13*(1), 197–205. https://doi.org/10.12973/eu-jer.13.1.197

[6] Klimova, B., Zamborova, K., Cierniak-Emerych, A., & Dziuba, S. (2022). University students and their ability to perform self-regulated online learning under the COVID-19 pandemic. *Frontiers in Psychology, 13*, 781715. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.781715

[7] Miao, J., & Ma, L. (2023). Teacher autonomy support influence on online learning engagement: The mediating roles of self-efficacy and self-regulated learning. *SAGE Open, 13*(4). https://doi.org/10.1177/21582440231217737

[8] Pelikan, E. R., Korlat, S., Reiter, J., Holzer, J., Mayerhofer, M., Schober, B., & Lüftenegger, M. (2021). Distance learning in higher education during COVID-19: The role of basic psychological needs and intrinsic motivation for persistence and procrastination—A multi-country study. *PLOS ONE, 16*(10), e0257346. https://doi.org/10.1371/journal.pone.0257346

[9] Wolters, C. A., & Brady, A. C. (2021). College students' time management: A self-regulated learning perspective. *Educational Psychology Review, 33*(4), 1319–1351. https://doi.org/10.1007/s10648-020-09519-z

[10] Yang, D., Chen, P., Wang, H., Wang, K., & Huang, R. (2022). Teachers' autonomy support and student engagement: A systematic literature review of longitudinal studies. *Frontiers in Psychology, 13*, 925955. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.925955

小学教师工作压力现状、成因与纾解对策——基于苏州市五所小学的调查研究

The current situation, causes and countermeasures of primary school teachers ' work pressure ——Based on the investigation and research of five primary schools in Suzhou

杨琳 泰国南邦国际科技学院 国际学院 邮箱：316524216@qq.com

Yang Lin, International College, Lampang Inter-Tech College, Thailand.Email:316524216@qq.com

摘要：随着基础教育改革的持续深化，部分小学教师面临的教学、管理任务日趋繁杂，职业工作压力已成为影响教师专业发展、制约教育教学质量提升的普遍问题。为探究小学教师工作压力的真实现状与深层成因，本研究采用问卷调查与访谈法，对苏州市五所小学部分一线教师开展实证调研。通过数据统计梳理教师工作压力的维度差异，从学校管理、社会期待、专业发展、个体认知四个层面剖析压力产生的多重诱因，并提出针对性的压力纾解对策，以期为小学教师压力管理、师资队伍建设及基础教育高质量发展提供实践参考。

关键词：小学教师1；工作压力2；压力纾解3；基础教育4

Abstract: With the continuous deepening of basic education reform, the teaching and management tasks faced by some primary school teachers are becoming more and more complicated. The pressure of professional work has become a common problem that affects the professional development of teachers and restricts the improvement of education and teaching quality. In order to explore the real situation and deep causes of primary school teachers ' work pressure, this study uses questionnaire survey and interview method to carry out empirical research on some front-line teachers in five primary schools in Suzhou. Through data statistics, this paper combs the dimensional differences of teachers ' work pressure, analyzes the multiple causes of pressure from four aspects : school management, social expectation, professional development and individual cognition, and puts forward targeted pressure relief countermeasures, in order to provide practical reference for primary school teachers ' pressure management, teaching staff construction and high-quality development of basic education.

Keywords: Primary school teachers1; Work pressure2; Pressure relief strategy;3 Basic education4

1. 引言

该研究以苏州市五所不同办学类型小学的部分一线教师为调研样本，采用问卷调查、深度访谈相结合的研究方法，依托李克特5级量表完成数据统计分析，系统剖析了小学教师在学校管理、教学工作、社会期待、专业发展四大维度的压力现状。研究证实，区域内小学教师整体处于较高压力水平，学校事务性负担过重、教学负荷超标、家校认知失衡、专业晋升受限与个体调适能力不足是压力累积的核心诱因。同时，该研究结合教师教龄、岗位差异，厘清了不同群体教师的压力差异化特征，立足学校、社会、教育部门与教师个体多维度，构建了全方位、可落地的压力纾解体系，可为区域小学教师压力治理、师资队伍建设及基础教育高质量发展提供扎实的实证支撑与实践参考。

1.1研究背景及意义

1.1.1研究背景

基础教育是国民教育体系的重要基石，小学教师作为基础教育阶段的核心实施主体，其职业状态、心理状态与工作状态直接决定基础教育教学成效与学生成长质量。在教育现代化推进、课程改革迭代更新、校园精细化管理全面落地的行业背景下，小学教师的工作内容不再局限于传统课堂教学，还涵盖学生德育管理、家校沟通、教研科研、校园活动组织、各类专项工作落实等多重任务，工作边界不断拓宽，工作负荷持续攀升。

教师工作压力属于职业压力的特殊类型，是教师在教育教学工作中，因外部环境要求、自身能力匹配、资源支撑不足等多重因素失衡，产生的生理、心理与行为的紧张状态。张丹（2025）指出，长期过高的工作压力，不仅会导致教师出现职业倦怠、情绪焦虑、工作效率下降等问题，还会降低教师职业幸福感与职业认同感，引发师资流失、教学敷衍等现象，严重制约基础教育师资队伍的稳定性与专业性发展。

当前国内学界针对教师职业压力的研究日趋丰富，但多数研究聚焦于大范围区域、全学段教师群体，针对苏南发达地区小学教师的专项实证研究相对匮乏（濮辰，2025）。中国苏州市作为长三角基础教育高质量发展标杆城市，教育改革推进速度快、教育管理标准高、社会对基础教育期待值高，当地小学教师的工作压力特征、成因具有鲜明的区域特殊性。基于此，本研究以苏州市五所不同办学规模、不同办学性质的小学为调研样本，精准剖析小学教师工作压力的真实现状与核心诱因，构建科学可行的压力纾解体系，具备重要的现实价值。

1.1.2研究意义

（1）理论意义

本研究立足区域基础教育发展实际，聚焦小学教师群体开展专项实证调研，细化了基础教育阶段教师职业压力的研究维度，弥补了发达地区小学教师压力管理专项研究的不足。通过系统梳理小学教师工作压力的现状特征、形成机理，丰富了教师职业压力、职业心理健康的相关理论体系，为后续区域性教师压力管理研究提供理论参考与研究范式借鉴。

（2）实践意义

本研究通过真实调研数据呈现苏州市小学教师工作压力的具体表现与核心痛点，精准识别压力来源与影响因素。针对调研发现的实际问题，贴合小学教育教学场景提出可落地、可操作的纾解对策，能够为学校优化管理模式、合理分配教师工作任务、完善教师关怀机制提供实践依据，同时助力教师自主调适工作压力、提升职业适应能力，推动小学师资队伍良性、稳定发展。

1.3 研究方法与内容

1.3.1 研究方法

文献研究法：通过梳理国内外关于教师工作压力、职业倦怠、压力管理的相关期刊论文、学位论文、专著成果，梳理现有研究进展、研究不足与核心研究维度，为本次调研的问卷设计、维度划分、对策撰写奠定理论基础。

问卷调查法：参考成熟的教师职业压力量表，结合本次研究场景与小学教师工作特征，编制《小学教师工作压力现状调查问卷》，问卷内容涵盖基本信息、教学工作压力、学校管理压

力、社会期待压力、专业发展压力、压力调适现状六大维度。选取苏州市五所公办小学（含城区重点小学、乡镇普通小学）开展调研，共发放问卷210份，回收有效问卷198份，有效回收率94.29%，问卷数据可作为本次研究的核心实证依据。

访谈法：在问卷调查基础上，选取15名不同教龄、不同岗位（任课教师、班主任、教研组长）的小学教师开展半结构化访谈，深度挖掘问卷数据背后的深层原因，补充量化研究的不足，确保研究结论的真实性、全面性。

1.3.2 研究内容

本次研究主要包含三部分核心内容：第一，基于调研数据，系统分析苏州市小学教师工作压力的整体水平与各维度压力分布特征；第二，结合问卷数据与访谈结果，从外部环境、学校层面、职业层面、个体层面剖析教师工作压力的核心成因；第三，结合基础教育发展要求与小学教师工作实际，构建多维度、全方位的教师工作压力纾解对策体系。

2. 小学教师工作压力现状调研数据分析

本次调研将小学教师工作压力划分为教学工作压力、学校管理压力、社会期待压力、专业发展压力四个核心维度，采用李克特5级计分法进行统计，1分为无压力、2分为轻微压力、3分为中度压力、4分为较高压力、5分为重度压力，平均分越高代表该维度压力水平越高。同时结合教师性别、教龄、岗位等基本信息，分析压力分布的差异化特征。

2.1 调研样本基本情况统计

本次有效调研样本198人，样本基本信息分布均匀，具备良好的代表性，具体样本构成情况如下表所示。

表 1：调研样本基本信息统计表

统计维度	分类选项	人数	占比（%）
性别	男	42	21.21
	女	156	78.79
教龄	1-5 年	68	34.34
	6-15 年	85	42.93
	15 年以上	45	22.73
岗位类型	普通任课教师	112	56.57
	班主任及教研管理人员	86	43.43

由表1可知，本次调研样本贴合当前小学师资性别结构特征，女性教师占比显著高于男性教师；教龄分布以中青年教师为主，1-15年教龄教师占比达77.27%，该群体是小学教育教学的核

心骨干，也是工作压力的主要承载群体；岗位分布覆盖普通教师与管理岗位教师，样本覆盖面广，数据具备参考价值。

2.2 教师工作压力整体维度数据分析

通过对问卷四大压力维度数据进行统计分析，得出各维度压力均值与压力等级分布情况，具体数据如下表所示。

表 2：小学教师各维度工作压力均值统计表

统计维度	分类选项	人数	占比（%）
性别	男	42	21.21
	女	156	78.79
教龄	1-5 年	68	34.34
	6-15 年	85	42.93
	15 年以上	45	22.73
岗位类型	普通任课教师	112	56.57
	班主任及教研管理人员	86	43.43

从整体数据来看，苏州市五所小学教师工作压力整体均值为3.80，处于较高压力水平，说明当前小学教师普遍面临较为突出的工作压力问题，压力管理亟需重视。从各维度细分来看，压力程度从高到低依次为学校管理压力、教学工作压力、社会期待压力、专业发展压力。其中学校管理压力均值最高，是教师最核心的压力来源，其次是常态化的教学工作压力，两大内部工作维度压力成为困扰教师的主要问题。

2.3 差异化群体压力特征分析

2.3.1 教龄差异化压力特征

结合访谈与数据统计可知，不同教龄教师的压力痛点存在显著差异。1-5年新入职教师压力集中于教学经验不足、课堂管控能力薄弱、家校沟通不熟练、无法快速适配学校管理制度，专业发展压力最为突出；6-15年中青年骨干教师，承担主要的教学任务、班主任工作与教研任务，教学压力、管理压力负荷最大；15年以上资深教师，职业倦怠感相对明显，同时面临职称晋升瓶颈，专业发展与职业转型压力较为突出。

2.3.2 岗位差异化压力特征

班主任及教研管理人员整体压力均值（4.12）远高于普通任课教师（3.57）。普通教师压力主要集中在课堂教学、备课授课、常规教学考核等基础工作；班主任除教学工作外，还需承

担学生日常管理、安全教育、家校沟通、班级文化建设、各类专项台账整理等繁杂工作，事务性工作挤占大量教学与休息时间，是压力过高的核心群体。

3.小学教师工作压力的核心成因分析

基础教育高质量发展背景下，小学教师作为义务教育阶段核心育人主体，其职业压力水平直接关系课堂教学质量、师资队伍稳定性与基础教育生态可持续运行。现有实证调研与国内外学界研究普遍证实，小学教师职业压力并非单一因素诱发的个体心理问题，而是学校内部管理、一线教学实务、家校社会关系、专业成长路径与教师个体心理调适能力多重维度相互交织、层层叠加形成的系统性结果。为厘清当前小学教师压力生成的内在逻辑与现实表征，本章基于实地调研数据，结合国内外相关学者已有研究成果，从学校管理、教学工作、社会家庭、专业发展、个体认知五个递进层面逐层拆解压力来源，剖析各维度压力的具体表现、传导机制与负面影响，为后续压力干预与减负路径构建奠定事实基础与理论依据。

3.1 学校管理层面：事务性负担过重，管理机制不够完善

调研数据显示，学校管理压力是小学教师首要压力来源。当前小学精细化、规范化管理全面落地，学校各类行政事务、专项检查、台账填报、活动组织层出不穷。Yao Zhang等（2026）指出，除常规教学工作外，教师需常态化完成安全排查、德育台账、防疫备案、各类线上打卡、材料报送等非教学事务，大量碎片化、重复性的事务性工作挤占教师备课、教研、反思的核心教学时间，导致教师工作时长无限延长，身心持续处于疲惫状态。

同时，部分学校管理模式偏于刚性化，考核评价机制单一固化，过度侧重教学成绩、活动成效、材料完整性，忽视教师的工作付出与个体差异。考核压力层层传导，容错空间较小，教师长期处于被动完成工作的状态，缺乏工作自主性与创造性，进一步加剧心理压力（Xinchen Wang等，2026）。此外，学校教师人文关怀机制缺失，针对教师心理疏导、压力调适的专项活动较少，缺乏常态化的减压渠道。

3.2 教学工作层面：教学要求升级，工作负荷持续攀升

基础教育课程改革持续深化，对小学课堂教学的专业性、创新性、趣味性提出了更高要求。新课标落地、分层教学、素质教育、智慧课堂等新型教学模式全面推广，要求教师不断更新教学理念、重构教学设计、创新教学方法，对教师的专业能力提出更高挑战（Thijmen Van Alphen等，2026）。同时，小学学生年龄小、自律性差、安全风险高，教师课堂管控、课后辅导的工作难度较大。

与此同时，当前小学普遍存在师生配比紧张的问题，多数教师承担多班级教学任务，课时量饱和甚至超额。课后服务、延时托管等政策落地后，教师工作时长显著增加，课后辅导、作业批改、个性化答疑等工作任务大幅增加，长期高强度的教学工作导致教师身心负荷持续超标。

3.3 社会与家庭层面：多元期待过高，家校矛盾加剧压力

随着社会对基础教育重视程度的不断提升，家长、社会对小学教师的期待趋于多元化、极致化。家长不仅要求学生取得优异的学业成绩，还对学生综合素质、兴趣发展、行为习惯培养提出全方位要求，将学生成长的核心责任过度转嫁于教师。部分家长缺乏教育认知，对学校教学安排、班级管理工作过度干预，一旦学生出现学业、行为问题，片面归咎于教师工作失职。

同时，家校沟通常态化、精细化要求下，教师需要随时响应家长咨询，及时反馈学生在校情况，节假日仍需处理各类家校问题，私人时间被严重挤压。社会舆论对教师职业的高期待、

高标准与现实工作的繁杂压力形成强烈反差，导致教师产生职业焦虑与心理落差，形成持续性的社会期待压力。

3.4 专业发展层面：晋升渠道狭窄，成长动力不足

职称晋升是小学教师专业发展的核心诉求，但当前小学教师职称评审名额有限、评审标准严苛，竞争异常激烈。中青年教师长期面临职称晋升瓶颈，多年付出难以获得职业认可，容易产生职业迷茫与倦怠。同时，学校教研活动形式化问题突出，部分培训内容与教师教学实际脱节，针对性、实用性不强，无法有效助力教师能力提升。

此外，基层小学教师日常工作繁杂，缺乏充足的时间与精力开展自主学习、课题研究、论文撰写，专业成长空间受限，长期处于“重复劳作、停滞成长”的状态，职业发展天花板明显，进一步加剧职业压力。

3.5 个体认知层面：调适能力不足，职业认同感弱化

从教师个体层面来看，部分教师尤其是新入职教师，缺乏科学的压力调适方法，面对高强度工作与复杂问题时，容易出现焦虑、烦躁、自我否定等负面情绪，无法及时疏导心理压力。同时，长期高强度、高负荷的工作状态，让部分教师逐渐丧失职业热情，职业幸福感、认同感持续下降，产生职业倦怠，形成“压力累积–情绪低落–工作低效–压力加重”的恶性循环。

4. 小学教师工作压力的纾解对策

从学校管理、教学实务、家校社会环境、专业发展通道与个体心理认知五个维度，系统剖析了当前小学教师职业压力的生成逻辑、多重诱因与消极影响。教师职业压力并非单一要素作用下的短期心理现象，而是外部制度环境、场域运行机制与个体内在调适能力失衡共同催生的复合型治理难题，其消解无法依靠碎片化、单点式举措实现长效治理，必须构建外部环境系统改造–中间工作机制优化–主体内在能力提升的多层级、闭环式干预体系；基于压力成因的对应逻辑，本章遵循 “问题靶向回应、主体权责匹配、可落地可执行” 原则，分别从学校管理体系重构、教学负荷科学调控、家校共育生态重塑、专业发展机制完善、教师个体心理赋能五大维度提出针对性缓释策略，力求通过自上而下的制度优化、中观层面的实务减负与自下而上的自我调适形成合力，全方位削减不合理职业压力、破除职业倦怠诱因，最终实现为教师减负松绑、激活从教内生动力、稳固义务教育师资队伍稳定性的实践目标。

4.1 优化学校管理模式，减负赋能释放教师活力

学校需构建科学化、人性化的管理体系，切实为教师减负松绑。一方面，精简非教学事务，梳理整合各类台账填报、材料报送、专项检查工作，杜绝重复性、形式化工作，剥离教师不必要的行政事务，将教师工作重心回归课堂教学核心主业。李思源、周礼(2026)指出，合理统筹校园活动，避免各类活动扎堆开展，科学分配教师工作任务，均衡岗位工作负荷，重点减轻班主任、骨干教师的工作压力。

另一方面，优化考核评价机制，摒弃“唯成绩、唯材料”的单一评价模式，构建兼顾工作过程、工作态度、教学成效、育人成果的多元化考核体系，给予教师充分的工作自主性与容错空间。同时，建立常态化教师人文关怀机制，定期开展心理健康讲座、压力疏导沙龙、文体减压活动，设立教师心理疏导通道，及时帮助教师缓解身心压力。

4.2 科学统筹教学工作，合理调控教师工作负荷

立足素质教育与新课标要求，科学优化教学工作安排，平衡教学质量与工作负荷。学校需结合师资配比情况，合理分配课时任务，避免教师超负荷承担教学工作，科学统筹课后服务、延时托管工作，实行轮岗值守制度，均衡教师工作压力。同时，推进智慧教学赋能，依托信息化教学工具简化备课、作业批改、学情统计等常规工作，提升教学工作效率，减少重复性机械劳动。

聚焦教师教学能力提升，开展精准化、实用性教研培训，围绕课堂教学、学情分析、分层教学等核心内容开展专项教研，切实解决教师教学中的实际难题，降低教学工作难度。郑帅伟、吉学松、卜宪贵(2025)指出，搭建校内帮扶机制，通过骨干教师结对帮扶、集体备课、教研研讨等形式，助力新教师快速成长，降低新手教师的岗位适应压力。

4.3 构建和谐家校生态，弱化社会过度期待压力

搭建良性家校沟通桥梁，重塑家校共育认知，缓解教师家校沟通压力。许志凤、黄玉水、刘勇(2025)指出，学校定期开展家长课堂、家庭教育讲座，引导家长树立科学的教育理念，明确家校双方的教育责任，摒弃“教育全权依赖教师”的错误认知，减少家长对教学工作的过度干预与片面指责。

规范家校沟通机制，明确沟通边界与沟通时段，保障教师合理的私人休息时间。同时，学校主动做好教育宣传工作，通过校园公众号、家长会等渠道，展示教师日常工作内容与育人成果，让家长、社会充分了解教师工作的复杂性与专业性，提升社会对小学教师职业的理解与包容，弱化过度、片面的社会期待，营造尊重教师、理解教师的良好育人氛围。

4.4 完善专业发展体系，拓宽教师职业成长通道

教育主管部门与学校需完善教师专业发展与职称晋升机制，破解教师成长困境。适度优化小学教师职称评审政策，合理增加基层小学职称名额，细化评审标准，凸显一线教学实绩的核心地位，让教师的工作付出得到合理回报。同时，搭建分层分类的专业成长平台，针对新教师、骨干教师、资深教师制定差异化的成长方案，通过课题研究、教学竞赛、外出研修、名师工作室等载体，为教师提供多元的成长渠道。

精简形式化教研培训，聚焦教师教学刚需设计培训内容，推动教研成果落地转化，切实助力教师专业能力提升。鼓励教师结合教学实际开展教学研究，将日常教学经验转化为教研成果，打破职业发展瓶颈，重塑职业成长信心。

4.5 强化个体自我调适，提升教师职业心理素养

教师作为压力管理的主体，需主动提升自我调适能力，构建科学的压力应对体系。一方面，树立正确的职业认知，理性看待工作压力与职业期待，接纳工作中的困难与不足，避免过度自我苛责，树立积极的职业心态。另一方面，主动学习心理健康与压力调适知识，掌握情绪疏导、压力缓解的科学方法，通过运动、阅读、亲友沟通、兴趣爱好等方式释放工作压力，避免负面情绪累积。

同时，教师需做好工作规划与时间管理，合理分配工作与休息时间，提升工作效率，避免无效内耗。主动参与校园文体活动与心理疏导活动，积极融入教师团队，通过同伴互助、交流倾诉缓解职业压力，提升职业幸福感与认同感。

5. 结论

本次基于苏州市五所小学的实证调研表明，当前小学教师普遍处于较高的工作压力水平，压力来源涵盖学校管理、教学工作、社会期待、专业发展四大核心维度，且不同教龄、不同岗位教师的压力痛点存在显著差异化特征。事务性负担过重、考核机制固化、家校生态失衡、专业晋升受限、自我调适不足是当前小学教师工作压力累积的核心成因。

小学教师工作压力管理是一项系统性工程，需要学校、社会、教育部门与教师个体多方协同发力。学校需优化管理、减负赋能，社会需营造理解包容的育人氛围，教育部门需完善教师成长与保障机制，教师个体需强化自我调适、提升职业素养。通过多方联动构建全方位、常态化的压力纾解体系，有效缓解小学教师工作压力，提升教师职业幸福感与工作积极性，稳定基础教育师资队伍，为基础教育高质量发展筑牢人才根基。

参考文献

张丹（2025）。小学初任教师职业压力现状与缓解对策研究(硕士论文)。吉林师范大学，吉林。

濮辰（2025）。小学教师的职业压力现状、来源与对策研究(硕士论文)。华中科技大学,湖北。

Yao Zhang,Yawen Du,Xiaoou Bu,Qi Wang & Meng Deng.(2026).A Person-Centered Analysis of China Special Education Teachers’ Social Emotional Competence:Profiles and Relations with Work Engagement.I*nternational Journal of Disability, Development and Education,73(5),*976-992.

Xinchen Wang,Xu Sun,Bo Zhou & Dinghua Liu.(2026).An empirical study of digital competence, technostress, and job satisfaction among college physical education teachers in China.*Scientific reports,*https://doi.org/10.1038/S41598-026-63091-0.

Thijmen Van Alphen,Joost Jansen In De Wal,Jaap Schuitema & Thea Peetsma.(2026).Teachers' future time perspective and work-related stress: a day-to-day investigation.*Anxiety, stress, and coping,1-13*.

李思源、周礼(2026)。中小学初次入职体育教师工作压力与工作投入状况及其影响：自我效能的调节作用。*四川体育科学,45(3),*122-126。

许志凤、黄玉水、刘勇(2025)。教师工作压力与抑郁的关系：受挫感与职业倦怠的中介作用。*中小学心理健康教育,(29),*15-19。

郑帅伟、吉学松、卜宪贵(2025)。特殊教育教师完美主义对工作投入的影响：工作家庭冲突和职业压力的链式中介作用。*中国特殊教育,(4),*87-96.

班级文化认同对高职生职业认同的影响：生涯规划的中介作用

The Impact of Class Cultural Identity on Vocational Identity Among Higher Vocational Students: The Mediating Role of Career Planning

周晓川 泰国南邦国际科技学院 国际学院 邮箱：2927651875@qq.com

Zhou Xiaochuan: International College, Nambang International Science and Technology Institute, Thailand; Email: 2927651875@qq.com

摘要：班级是高职生在校期间具有“准职场”特征的基本发展团体，班级文化氛围对学生职业认知、职业情感具有持久渗透效应，探究班级文化认同、职业生涯规划、职业认同之间的关系，在此基础上以社会认同理论、职业生涯建构理论为指导，选取湖南省多所公办、民办高校426名全日制高职生进行分层随机抽样调查，用SPSS 26.0进行信效度检验、相关性分析及层次回归中介效应检验。结果表明：班级文化认同、职业生涯规划、职业认同两两之间存在正相关关系；班级文化认同既可以直接正向预测高职生的职业认同，也可以极大地增强学生的职业生涯规划意识以及规划的执行能力；职业生涯规划对职业认同产生显著的正向预测作用，在班级文化认同与高职生的职业认同之间起到了部分中介的作用。研究表明，良好积极的班级文化能促进学生系统化生涯规划体系的形成，从而起到中介的作用形成良好的职业认同感。根据研究结论，本文从职业化班级文化体系建设、三年一体化的班级嵌入式生涯教育、班团协同职业心理团体辅导三个方面提出协同育人的途径，为高职院校依托班级的微观环境培育学生的职业认同感提供实证依据以及可操作的措施。

关键词：高职生；班级文化认同；生涯规划；职业认同；中介效应

Abstract: As a core growth community with the attribute of "quasi-workplace" for higher vocational students, class cultural atmosphere exerts a long-term immersive influence on the construction of students' professional cognition and professional emotion. To clarify the internal transmission mechanism among class cultural identity, career planning and vocational identity, this study takes social identity theory and career construction theory as the analytical framework, conducts a stratified random sampling questionnaire survey on 426 full-time higher vocational students from several public and private higher vocational colleges in Hunan Province, and completes scale reliability and validity test, Pearson correlation analysis and hierarchical regression mediating effect test based on SPSS 26.0. The results show that class cultural identity, career planning and vocational identity are significantly positively correlated with each other; class cultural identity can not only directly and positively predict vocational identity of higher vocational students, but also significantly improve students' awareness of career planning and planning implementation behavior; career planning positively predicts vocational identity and plays a partial mediating effect between class cultural identity and vocational identity of higher vocational students. The study verifies that positive class culture can drive students to build a systematic career planning system, and form stable and positive vocational identity as an intermediary. Based on empirical conclusions, this paper constructs a collaborative education implementation path from three dimensions: building a vocational characteristic class culture system, embedding three-year integrated career education into daily class management, and carrying out collaborative vocational psychological group counseling by class and league organizations, so as to provide quantitative empirical basis and operable practical schemes for vocational colleges to cultivate students' vocational identity relying on micro-class field.

Keywords: Higher Vocational College Students; Class Cultural Identity; Career Planning; Vocational Identity; Mediating Effect

1.引言

职业教育作为我国教育体系的重要组成部分，承担着培养技术型人才、输送企业一线人才的任务，随着《职业教育提质培优行动计划》等一系列文件的出台，高职院校不再只注重专业技能的传授，班级文化建设、学生职业素质养成、职业生涯规划指导等隐性育人工作逐步成为了高职院校内涵建设的主要任务，班级是高职院校学生在校内学习、实训、生活的主要场所，不同与普通高等学校的班级，高职院校的班级在组织形式上天然的与专业岗位、校企实习、行业标准挂钩，班级制度、学习风气以及班级发展目标都是围绕着专业技能的培养而设定的，是一个接近真正的工作环境的专业实践共同体（廖善光，陆涓，戴天娇，2016），这种组织形态使得班级文化氛围对学生的职业认识、职业情感、以及长期的职业发展的态度产生了深远的影响（袁义邦，2025；杨华杰，周颖，赵晴，等，2023）。

从职业教育发展大环境来看，高职教育已经到了内涵式发展的时期。教育部相继出台一系列政策文件明确指出职业教育要以立德树人为根本、以服务发展为目标、以促进就业为目的。在这样的政策指引下，高职院校的人才培养目标也由原来的注重技能训练逐步转变为素质教育和专业能力并重的培养模式。班级是高职院校进行教育教学活动的基本单位，具有知识传授、技能培养、价值观教育、文化熏陶等多种功能。但是，目前高职院校的班级建设普遍存在重纪律管理轻职业文化建设的问题（廖善光等，2016），很多班级文化建设也仅仅停留在文体活动、常规考勤上，并没有将行业精神、岗位目标、职业发展融入到班级规章及班集体风气当中去（江苏春、李赟，2021）。而学校开设的职业生涯规划课程也大多是大班一起上，脱离班级实际情况，缺少在班级环境中个性化的生涯指导，导致大量高职学生迷失自我、缺少职业目标、职业认同感不强（陈晶晶，2025；江苏春、李赟，2021；林琼，2013），不利于学生长远的职业发展（邓韵卿，2025）。

基于现有的研究脉络来看，目前的研究大多都是单方面关注生涯规划对职业认同的影响（谢莉和尹洁，2021；胡艳华等，2019），很少把班级文化认同作为一个前提条件来研究班级文化氛围是如何影响学生的职业心理（严颂华，2012；李赟和张荣，2022）；更缺少实证研究梳理生涯规划在班级文化认同到职业认同之间起到的中介传递过程（贾婀娜，2016；温义媛，2024），也不能给予一线的辅导员、班级管理工作提供数据支持及实践指导（张丽，2024；曾亚纯，2023）。

基于社会认同理论（王李艳，2018）与生涯建构理论（杨冬梅，2018），本研究以湖南省多所公办、民办高职院校全日制学生为调研对象，通过分层随机抽样问卷收集数据，运用SPSS 26.0开展相关分析、分层回归中介效应检验（温忠麟和叶宝娟，2014），系统剖析班级文化认同、生涯规划、职业认同三者内在作用机制。研究旨在验证班级文化认同对高职生职业认同的直接效应，以及生涯规划的中介作用，弥补现有研究逻辑短板；同时结合实证结论提出职业导向班级文化建设、班级嵌入式生涯教育等协同育人策略，为高职院校依托班级文化培育学生职业认同提供理论依据与实践参考（金莱，2025；王艳、王爱红，2015；李慧，2015）。

1.1研究背景及意义

1.1.1研究背景

一、政策导向与理论根基：班级隐性文化育人的战略定位

《职业教育提质培优行动计划》明白告知，高职院校要充分激发班级、实训车间等微观育人场域，凭特色班级文化涵养学生工匠精神与岗位的归属感，助力文化育人与职业素养培育一体化落地（韩洪刚，二零二五年），跟常规本科院校有不同，高职教育是面向就业的导向，人才培养全程都有专业实训、岗位竞赛和校企跟岗实践的融入，班级制度、学风建设和集体发展

目标均跟行业岗位标准深度关联起来，天然有着“准职场共同体”性质，是促使学生生成初始职业价值观的核心载体（曾亚纯，有 2018 年相关。

以文化育人实践的情况来说，就当下而言，职业院校已建成“纵向立体化”与“横向场景化”的双轨运行体系（廖善光等，（廖善光等方面专家，2016），凭借“学校 - 学院 - 专业”三级联合，将像工匠精神、红色文化的主题融入班级日常管理（李世娟，2015 这一年；开创“四室一堂一馆”全域覆盖方案，使教室、宿舍等空间成为文化教育的区域（贾婀娜，（处在 2012 年）。不可忽略的一点是，班级文化的教育导向功能，是凝聚、激励功能的前提（张玲燕和杨晓，（相关研究开展于2020年），只有当班级文化确定明确的职业价值导向，学生才可以产生对职业共同体的认同感（陈坤，2018这个年份，于是产生主动规划行为（彭婷和张晓州，（在 2025 这个时间）。

职业认同充当着高职人才长久良好发展的底层心理支撑，决定着学生在校学习有无主动性、实训投入高不高和毕业后就业稳不稳定，目前产业升级对技术技能人才的职业忠诚度与岗位适配的要求进一步提高，仅借助技能授课没办法造就稳定职业认同，要利用长期集体文化感染完成职业心理内化（孙萍，处于 2018 这一年。调查研究表明，依靠革新文化育人模式，某示范校学生文化参与的程度上升了47%，经典阅读量相比于之前增长到3倍（江苏春和李赟，2021）——这从反面说明，不带有职业导向的班级文化会造成学生参与度与认同感一同下滑（王晓航，所涉及年份2016。

开展进一步分析，班级文化对高职生职业认同所造成的影响有三个层面的内在逻辑，班级文化架构起职业认知的情景框架，班级文化搭建起职业情感的社会依托处，班级文化引发起职业行为的导向性动力，这三个层面互相联系、层层深入，一起形成了班级文化影响职业认同的系统性办法。

二、现实困境与问题剖析：班级育人中的双重割裂

（一）班级文化建设重管理、轻职业导向，文化认同感普遍偏低

大多数高职院校的班级管理仅仅停留在考勤限制和文体活动组织上，没有将行业规范、劳模精神以及岗位发展等内容加入到班级公约以及班级活动中去，班级文化缺乏专业性的标识性（张丽，2024；杨华杰等，2023）。学生很难在集体生活中找到职业联系感，班级归属感与职业认同感同时减弱（李赟和熊亚军，2021；韩莉萍，2015）。因此，班级文化认同与职业认同之间缺少一个中介变量——“规划行为”。当前的生涯教育一般是单独的课程，忽略了班级集体氛围对于规划行为的刺激作用（温义媛，2024；孟雪梅等人，2022）。

（二）生涯规划教育独立化、课堂化，脱离班级集体场景

目前的学校生涯教育大多以大班理论教学为主，缺乏以班级为单位的小团体生涯教育指导（杨秀冬，2012；赵芳芳等，2022）。缺乏集体氛围带动的生涯探索，高职生普遍存在自我认知不清、职业目标不明、生涯执行力不够等问题（李慧，2015；史慧颖等，2021），职业认同感的培养过程缓慢（金莱，2025；刘炜、谭文辉，2014）。因此，如果班级开展“岗位认知——价值认同——职业发展”的分层递进式培养模式，则可以将集体文化转化为个人职业生涯发展的驱动力（朱奕潼等，2023），这也正是目前所欠缺的可以量化的、可以实施的班级管理参考（曾亚纯，2022）。

更重要的是，目前高职学院的班级育人工作所面临的困境是在观念、制度、实践的三个层面上的分离状态，而这三个层面的分离互相促进，导致班级育人功能难以充分发挥出来。本文的研究正是基于上述现状的认识，利用实证的方法去探讨出班级文化认同对职业认同产生作用的机理，在此基础上为了弥补这种分离提供理论依据。

1.1.2研究意义

（一）理论意义

1.拓展职业认同的前因变量研究视角

本文的研究打破了以往的研究只有一个单向的路线，提出了“环境层面（班级文化认同）——个人的行动层面（生涯规划）——心理结果层面（职业认同）”的链式中介模型，将班级文化认同从传统的研究结果变量提升到了前置的自变量，深入地探讨了其对职业认同的直接影响和间接影响，弥补了班级文化认同作为自变量进行实证研究的不足（廖善光等人（2016）；曾亚纯，2023；杨晓，2020）。加入了生涯规划行动作为中介变量，本文说明了整个班级文化氛围是如何通过个人的行动来实现职业心理的转变，进而完善了高职班级育人与职业心理结合的研究框架（袁义邦，2025；潘灵、张小莹，2024）。

2.推动双理论在职业教育班级场景的融合应用

本研究依托Tajfel社会认同理论（王李艳，2018），阐释班级群体文化对个体归属感与价值认同的塑造机制；同时，借助Savickas生涯建构理论（杨冬梅，2018），阐释个体生涯探索、目标规划向稳定职业身份认同转化的内在逻辑。两大经典理论的融合应用，完善了社会认同理论与生涯建构理论在职业教育微观班级场域的应用场景，为高职班级文化育人提供了坚实的理论支撑（贾婀娜，2016；杨晓，2020）。

（二）实践意义

1.为职业导向型班级文化建设提供量化实证支持

本文通过实证证明班级文化认同是培养学生职业认同感的重要前提条件，在高职院校班级文化建设由“经验驱动”转变为“证据驱动”的过程中提供了相应的数据支持（邓韵卿，2025），研究结果有助于辅导员从“纪律管控型”的管理模式转变为“职业文化渗透型”的管理模式（江苏春、李赟，2021），引导学校依据专业特点和企业标准重新规划班级文化的框架设计（廖善光等，2016；金莱，2025）。

2.促进生涯教育融入班级常规管理，解决生涯课程零散化问题

本文的研究结果可以用来指导各个年级各个专业举办嵌入式生涯主题班会（杨秀冬，2012；史慧颖等，2021），通过实证分析发现班级整体氛围对于个体的计划行为具有促进作用（彭婷和张晓州，2025），可以使院校把生涯教育从传统的大班化理论课程转变成场景式、分级式指导的方式（赵芳芳等，2022；谢莉和尹洁，2021），使生涯教育变成常态化和精细化（陈晶晶，2025；朱奕潼等，2023）。

3.建立“班级文化——生涯指导——职业认同”三位一体的协同育人模式

本文打通了辅导员班级管理、生涯导师规划指导、专业课老师职业素养培养的三个育人通道，形成了“文化熏陶—计划引领—内化认同”的教育闭环（韩洪刚，2025；李赟、张荣，2022），为高职院校全面实施“三全育人”提供了可以操作、可以衡量的联动机制（罗艺婷，2016；刘炜、谭文辉，2014）。

1.2 问题提出

高职院校的人才培养以就业为导向，班级是学生在校期间学习、实践和生活的主要阵地，具有专业技能训练、职业规范内化、行业文化渗透等多种育人功能，与普通本科院校不同，高

职院校的班级组织形式天然的与专业岗位、校企实习及行业标准相连，班级规章制度、学风建设、班级建设目标都是以职业素养的培养为目标，是一个非常接近真实的工作环境的专业实践社群（廖善光等，2016）。这种组织形式决定了，班级的文化氛围不仅影响着学生的集体认同感，而且对学生的职业意识、职业情感以及今后的职业发展意愿等都产生着深远的影响（袁义邦，2025；杨华杰等，2023）。

但目前高职院校班级建设普遍存在着“重管理、轻文化建设”的功能性缺失的现象。许多班级的管理仅限于考勤管理、文体活动的组织，而忽略了行业规则、劳模精神、岗位发展方向等方面的内容纳入到班级规章制度及班级活动当中，导致的班级文化的专业辨识度低，缺乏行业的针对性（张丽，2024；江苏春和李赟，2021）。学生们无法在班级集体中找到行业归属感，班级认同感、行业自豪感也相应降低。另外一个矛盾是，高职院校普遍开设的生涯规划课程大多都是大班授课，脱离了班级生活的实际，缺少在班级中团体氛围下的个性化职业指导，从而导致了很多学生们对自己认识不清，职业目标缺失，行业认同感较低等问题（陈晶晶，2025；林琼，2013）。

目前的研究存在着以下三个方面的不足之处：一是在变量关系的融合上，大多数已有的研究成果都是针对班级文化认同对职业认同的影响或者职业生涯规划对职业认同的作用，很少有人把这三个方面放在一起进行整合的研究。班级文化认同是班级层面的“环境资源”，职业生涯规划是个人的主动性“行为过程”，职业认同是内心的“心理结果”，三者之间可能有层次差别及传导机制，外界的班级文化环境可以激发学生的职业生涯规划的思想和行为，从而产生更高级的职业认同的状态。如果只看到直接的效应而忽略了这种潜在的中介途径，就会导致对整个过程的认识不够深刻。

第二，从研究对象的涵盖范围来看，目前职业认同研究主要集中在本科院校学生身上或者某一个专业上（比如师范生、医护生），对于专科院校学生来说则是相对较少的，而专科生有他们自己的培养方式及职业发展道路，其班级组织形式、实习培训内容、校企合作模式都和一般的本科生不同（廖善光等，2016），可能会导致班级文化认同对职业认同的影响效果也不同，所以需要理论研究以及实践验证来支撑。

第三，从理论整合的角度来看，尽管班级文化认同、生涯规划和职业认同之间的两两相关性已被论证，但三者之间的联系尚未形成一套严密的理论阐述，中介效应的提出缺乏足够的理论演绎和文献沟通，社会认同理论（Tajfel & Turner，1986）可以对班级文化认同对职业认同的直接效应进行解释，生涯建构理论（Savickas，2005）可以让我们理解到生涯规划的中介传导效应的过程，但这两种理论对于职业教育的班级环境的综合应用并没有得到足够的实证检验。基于上述分析，本研究拟重点回应以下四个递进式研究问题：

（1）班级文化认同是否直接正向影响高职生的职业认同？

（2）班级文化认同是否正向影响高职生的生涯规划？

（3）生涯规划是否正向影响高职生的职业认同？

（4）生涯规划是否在班级文化认同与职业认同之间发挥中介传导作用？

四个问题分别对应理论模型中的直接效应路径（H1、H2、H3）与中介效应路径（H4），据此构建“班级文化认同→生涯规划→职业认同”的整合性理论框架并提出相应研究假设，为后续实证检验奠定基础。

2. 文献综述

2.1 班级文化认同的研究

2.1.1 班级文化认同的概念内涵

班级文化认同是指学生对于班级共同体的价值取向、行为准则、共同目标及发展方向的认同及内化程度（严颂华，2012），这个概念综合了社会认同理论中的“群体成员身份认知”以及文化心理学上的“文化价值观内化”的双重意义，由认识、情感、意志三个方面构成：认识上体现为对班级文化价值体系的认识与接纳程度，情感上表现为对于班级的归属感、荣誉感，意志上体现为愿意并参与到班级集体活动的态度与行动（贾婀娜，2016）。

在高职教育环境中，班级文化认同具有特定的职业内涵。不同于普通本科院校，高职班级在组织形式上天然连接着专业方向、校企合作以及行业标准，班级制度建设、班级学习氛围培养和班级整体发展方向都以培养学生的专业能力为主（廖善光等，2016）。因此，高职生的班级文化认同不仅仅是对所在班级的归属感和认同感，更是对于班级所代表的专业方向和职业取向的一种朦胧感知。

2.1.2 班级文化认同的测量与影响因素

在测量工具上，韩莉萍（2015）编制的高职生班级文化认同量表包含班级归属感、价值观认同、集体参与、班级荣誉感四个方面，在多项实证研究中都有很好的信效度表现。后来学者在这一基础上又进行了修改和完善（张玲燕和杨晓，2020）。

从影响因素来看，目前已有研究主要从班级管理模式、班级活动安排以及师生关系等方面进行了研究，廖善光等人（2016）提出了高职班级文化建设要结合行业精神、岗位要求，在制度文化、活动文化及环境文化上加以规划引导，强化学生的文化认同；江苏春和李赟（2021）指出，产教融合背景下班级文化认同的培养应该与职业认同教育同步进行。

2.1.3 班级文化认同的影响效应

关于班级文化认同的影响效应，已有研究主要涉及以下方面：一是对学生的学业成绩的影响，陈坤（2018）认为专业认同和班级文化认同共同作用于民办高职院校学生的学业成绩；二是对于学生心理健康的影响，杨晓（2020）的研究表明，班级文化认同可以通过提高社会支持感受进而提升学生的心理健康水平；三是对学生的职业发展的影响，杨华杰等（2023）的调查显示，班级氛围是影响高职生职业认同的重要原因。但是对于把班级文化认同作为前置自变量，研究其对于高职生职业认同的影响机制的研究还非常少见。

2.2 职业认同的研究

2.2.1 职业认同的概念内涵与理论视角

职业认同是指个人对于自己所从事或者即将要从事的职业的认知、情感、行为倾向的一致性程度（王晓航，2019）。从结构要素上来说，职业认同一般分为职业认知（对职业的认识与了解）、职业情感（对职业的喜爱与热情）、职业行动（积极参与到职业中去）、职业效能（对能够从事这份职业的自信心）四部分（陈晶晶，2025）。

职业认同形成机制的研究有多个方面的理论观点，在社会认知职业理论中强调自我效能感、结果预期、目标设定对于职业认同形成的重要意义，在社会认同理论中关注职业群体成员资格对职业自我观念的影响（王李艳，2018），在生涯发展理论中更重视职业认同随着个体职业生涯的发展变化的过程（杨冬梅，2018）。

2.2.2 高职生职业认同的现状及影响因素

高职高专院校学生的职业认同总体状况受到广泛关注，韩莉萍（2015）的调查表明，高职高专院校学生的职业认同总体上处于中等水平，自我认知不清、职业目标不明、职业情感淡薄等现象比较严重。杨华杰等（2023）对于广东省高职高专院校在校生的调查结果也证明，班级气氛、专业实训、校企合作等都是影响职业认同的重要因素。袁义邦（2025）对制造类专业高职生的研究认为，制造业转型升级的情况下学生职业认同面临着新的问题，班级实训氛围的培养是最为重要的。

从影响因素的研究角度来看，已有研究从个体因素（人格特质、自我效能感）、环境因素（组织支持、社会支持）和行为因素（职业探索、专业实践）三个方面进行了探讨。张玲燕和杨晓（2020）发现，社会支持对高职生职业认同有积极促进作用，人格特质起到了中介作用。邓韵卿（2025）的研究也表明，职业认同是“双师型”教师专业发展过程中起主要中介变量作用，在高职教育背景下进一步证明了职业认同的重要性。

2.2.3 职业认同的影响效应

职业认同对高职学生的学习以及职业发展有普遍的影响作用。陈晶晶（2025）认为，职业认同可以很好地预测高职艺术设计类的学生的学习投入程度。林琼（2013）认为，职业认同较低的学生往往缺少学习动力、实训投入少、工作流动性大等问题。韩洪刚（2025）从高质量就业的角度出发，指出职业认同教育是高职高专教育的重要组成部分。

2.3 生涯规划的研究

2.3.1 生涯规划的概念内涵与理论框架

生涯规划是指人们在自我认识和环境分析的基础上，确定自己的职业生涯发展方向、制定生涯发展计划并不断修正的过程（林琼，2013）。一个完整的生涯规划包括自我认知、职业探索、目标设立、计划实施、生涯调整五个主要步骤（刘琛琳和张博坚，2017）。

生涯建构理论是生涯规划发挥作用的基础，Savickas（2005）认为，人不是被动的接受固定的职业身份，而是通过对生涯的探索、目标的确立以及行为的改变等一系列构建性的活动来逐渐形成固定的、有意义的职业自我意识，而在这个层面上说，生涯规划就是人们实现职业自我建构的最主要的途径。

2.3.2 生涯规划的影响因素

生涯规划受个人和环境因素的影响，彭婷和张晓州（2025）认为，心理资本会对高职院校新生的生涯适应能力有影响，在这个过程中是通过学校归属感以及未来的职业愿景之间的传导作用产生的。刘琛琳与张博坚（2017）证明，核心自我评价对职业探索及生涯规划有积极的影响，主动性人格在其中起中介作用。

环境因素上，温义媛（2024）从交叠影响域角度出发，发现父母疏离感对中职生的生涯适应力存在明显的负面影响，家庭环境是影响学生生涯规划的重要外部因素。史慧颖等人（2021）的研究表明，父母教养方式可以通过心理素质来影响中职生的生涯规划能力。赵芳芳等人（2022）也验证了家长的生涯相关行为对于学前教育专业学生的生涯适应力及生涯规划有很大的帮助。但是，关于班级集体环境对于学生生涯规划的影响的研究还不够深入。

2.3.3 生涯规划的影响效应

生涯规划对于学生的学习和职业发展有着积极的作用。谢莉、尹洁（2021）发现，生涯规划清晰度可以很好地预测大学生的学习投入程度，并且这种作用受到积极主动型人格的调节。胡艳华等（2019）发现，生涯规划在大学生职业决策自我效能感和就业能力之间起到中介的作用。朱奕潼等（2023）的研究表明，生涯规划在数字素养与大学生就业能力之间起到链式中介的作用。孟雪梅等人（2022）发现，生涯规划在心理韧性与护理人员职业倦怠之间起到中介的作用，更加丰富了生涯规划作为行为中介变量的价值意义。

2.4 变量间关系的研究

2.4.1 班级文化认同与职业认同的关系

班级文化认同对于职业认同的作用在一定程度上获得了理论上的关注。庄西真（2020）提出的“准职场共同体”概念成为理解两者关系的理论依据——班级是近似真实的职场生态环境，班级文化对学生职业认同有很强的心理暗示作用。杨华杰等人（2023）的研究发现，班级文化是高职生职业认同的重要影响因素之一。孙萍（2025）认为产教融合角度来看，实习实训场域文化对高职生职业心理同化有着深远影响。但是，以上研究大多是理论分析或者单变量描述性分析，对于班级文化认同对职业认同的作用缺乏实证的数据支持。

2.4.2 生涯规划与职业认同的关系

关于职业生涯规划与职业认同的关系已经有很多的实证证据，胡艳华等人（2019）认为，职业生涯规划在大学生职业决策自我效能感和就业力之间起到桥梁的作用，侧面证明了生涯规划对职业相关心理变量的积极作用。谢莉和尹洁（2021）研究表明，职业生涯规划的清晰度可以显著地预测大学生的职业生涯发展状况。赵芳芳等人（2022）对学前教育专业的大学生进行研究，发现生涯规划可以明显地预测出对专业的满意度，而专业的满意度又与职业认同紧密相连，这些都是生涯规划和职业认同之间的正向关系提供了间接的、但是有很强的证据。

2.4.3 班级文化认同与生涯规划的关系

相较于以上两组关系，班级文化认同与生涯规划之间的关系研究最不充分，现有研究大多是通过学校归属感、环境支持等相关因素来推测二者之间的关系，彭婷、张晓州（2025）认为学校归属感可以显著预测高职新生的生涯适应力，温义媛（2024）认为外在环境支持可以推断中职生的生涯适应力的高低。但是目前对于以班级文化认同为自变量，生涯规划为因变量的研究甚少，这就为本研究指明了方向。

3. 理论框架与研究假设

基于前述文献综述所揭示的研究缺口，本章以社会认同理论和生涯建构理论为分析基础，系统阐释班级文化认同、生涯规划与职业认同三者之间的内在逻辑关系，构建整合性理论框架，并提出相应的研究假设。

3.1 理论基础

3.1.1 社会认同理论的核心要义

社会认同理论是Tajfel和Turner于20世纪70年代提出的，是解释群体行为和群际关系的一个重要的理论范式（Tajfel & Turner, 1986）。社会认同理论认为，个人的自我认知不仅仅是个人的身份，还包括社会认同，即一个人对于自己的社会群体的认识和对其价值观及情绪体验的感受。社会认同的构建有三个基本的心理过程：（1）社会分类，一个人把自己和别人分别放到不

同的社会分类当中去；（2）社会比较，一个人把自己的内群和外群进行价值上的比较；（3）积极区分，一个人寻找自己的内群相对于外群的优势地位，以保持良好的自我价值感。

社会认同理论的主要启示是：当个体对所属的群体有高度认同的时候，群体的基本特征、价值取向、行为准则等就会融入到个人的自我认知系统中去，成为个人自我认知及自我评价的重要参照依据。这一理论基础对于理解班级集体环境对个人职业心理的影响具有直接的理论支持的作用。

3.1.2 生涯建构理论的核心要义

生涯建构理论由Savickas提出，是目前职业生涯心理学领域最有影响力的理论模型之一（Savickas，2005）。这个理论的主要观点是：个体不是消极地获得某种既定的职业定位或者仅仅是去适应某种职业环境，而是通过积极的职业探索、目标设置、行为改变等方式进行一系列的创造性的活动，进而形成一种稳定的且有意义的职业自我认同。

生涯建构理论认为，生涯适应性是指个体适应职业发展要求、适应职业转换的能力；生涯主体性是指个体有意识地进行职业生涯规划的愿望与能力；生涯叙事是指人们在讲述自身职业发展的过程中创造职业意义的过程；生涯建构则是指通过具体的行为使自己的职业观念成为现实的职业身份的过程。以上四个概念当中，生涯建构是连接内在的心理状态到外在的行为的重要纽带，而生涯规划是生涯建构的一种具体的表达方式。

3.2 理论整合与假设提出

基于上述两种理论，本研究构建“环境评价→规划行为→心理结果”的整合性分析框架，系统推导班级文化认同、生涯规划与职业认同之间的关系路径。

（1）班级文化认同对职业认同的直接效应（H1）

根据社会认同理论（Tajfel & Turner，1986），个体通过社会分类、社会比较和积极区分三个过程将群体成员资格融入自我概念。高职班级因具有明确的专业属性和职业定位，班级文化中的行业规范、职业要求与岗位标准构成了成员社会分类的职业标尺。当学生对班级文化产生强烈认同时，班级所承载的职业色彩便内化为学生自我认知的一部分，进而形成职业认同。据此提出：

H1：班级文化认同对高职生的职业认同具有显著的正向预测作用。

（2）班级文化认同对生涯规划的引导效应（H2）

生涯建构理论认为（Savickas，2005），外部环境为个体提供生涯建构所需的素材与意义参考坐标，积极的环境评估有助于引发个体目的性行为。班级文化蕴含的职业价值观、行业信息及发展趋势，为学生提供了职业探索的认知图式和动力来源。高职生认同班级文化后，更易将其中承载的职业导向信息转化为规划动力，促使其开展自我认知、行业探索与目标设定。据此提出：

H2：班级文化认同对高职生的生涯规划具有显著的正向预测作用。

（3）生涯规划对职业认同的促进效应（H3）

生涯建构理论进一步指出，个体在持续的生涯探索、目标设置与行动调整中，逐步形成稳定的职业自我形象。系统化的生涯规划能增强个体对职业的认知深度、情感投入与行为趋近，

从而巩固职业认同。现有实证研究亦支持这一正向关系（谢莉和尹洁，2021；赵芳芳等，2022）。据此提出：

H3：生涯规划对高职生的职业认同具有显著的正向预测作用。

（4）生涯规划的中介传导效应（H4）

综合上述逻辑，班级文化认同既可直接塑造职业认同，也可通过激发学生的生涯规划行为间接促进职业认同生成。前者是“环境→心理”的直接转换，后者是“环境→行为→心理”的传导过程。这一整合思路契合Bandura（1986）社会认知理论中“环境-行为-个人”三元交互决定论的基本理念。据此，本研究预期生涯规划发挥部分中介作用。提出：

H4：生涯规划在班级文化认同与高职生职业认同之间发挥部分中介作用。

3.4 理论模型

综合上述理论分析与研究假设，本研究构建如下理论模型（见图1）。模型包含自变量班级文化认同（X）、中介变量生涯规划（M）和因变量职业认同（Y）三个核心变量，设定四条核心路径：

- 路径a：班级文化认同→生涯规划（对应假设H2）
- 路径b：生涯规划→职业认同（对应假设H3）
- 路径c'：班级文化认同→职业认同的直接效应（对应假设H1）
- 间接效应a×b：经由生涯规划的中介传导（对应假设H4）

总效应c = c' + a×b，其中a×b为间接效应，c'为直接效应。

依据温忠麟和叶宝娟（2014）的中介效应检验程序，本研究将依次检验：第一步，检验总效应c（班级文化认同对职业认同的总效应）的显著性；第二步，检验路径a（班级文化认同对生涯规划的效应）的显著性；第三步，检验路径b（生涯规划对职业认同的效应）和路径c'（班级文化认同对职业认同的直接效应）的显著性；第四步，采用Bootstrap法检验间接效应a×b的显著性。

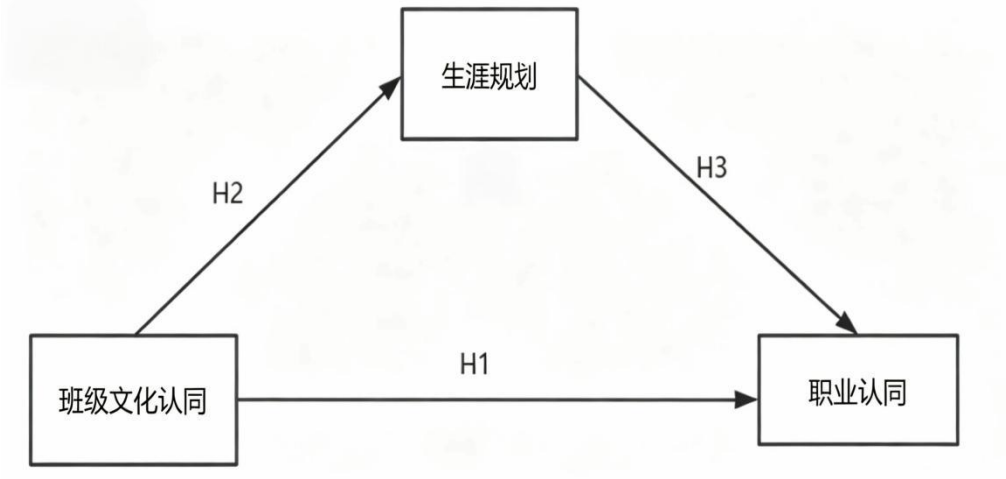


图 1　班级文化认同对高职生职业认同的中介作用理论模型

注：a = X→M路径；b = M→Y路径；c' = X→Y直接效应

间接效应 = a×b；总效应 c = c' + a×b

4. 研究结论与展望

4.1 研究结论与讨论

本研究通过实证分析得出以下主要结论：

第一，班级文化认同对高职生职业认同具有显著的正向直接效应（β=0.49）。这一结果验证了社会认同理论在高职班级场域中的适用性，表明当学生对班级的职业文化氛围产生深层认同时，班级所代表的职业群体特征会自然转化为个体的职业自我概念。该发现从数据层面回应了杨华杰等（2023）和袁义邦（2025）的理论呼吁，也为江苏春和李赟（2021）所主张的“班级文化建设应与职业认同教育同步推进”提供了量化依据。

第二，生涯规划在班级文化认同与职业认同之间发挥了显著的部分中介作用（间接效应占比42.9%）。这一结果揭示了班级文化影响职业心理的深层路径：班级文化不仅直接塑造职业认知，更通过激发学生主动的自我认知、职业探索与目标设定等规划行为，间接推动职业情感的内化与巩固。该发现弥补了以往研究仅关注直接效应而忽视中介过程的不足(廖善光等, 2016；曾亚纯，2023），同时也将生涯建构理论（Savickas，2005）的应用场景延伸至高职班级的集体文化场域。

第三，本研究的整合模型验证了“环境评价→规划行为→心理结果”的链式传导机制，这与Bandura（1986）社会认知理论的三元交互决定论形成呼应。相较于赵芳芳等（2022）单纯考察生涯适应力的中介作用，本研究进一步明确了具体的规划行动而非笼统的“适应力”在文化认同向职业认同转化中的关键位置，为后续干预研究提供了更精准的行为靶点。

4.2 研究局限与未来展望

本文的研究不足之处在于，同时也为今后的研究开辟了新的领域。

第一，研究方法上，本文以横断面问卷调查的方式收集的数据，只能反映某个时间段内变量之间的关系，不能证明因果关系。班级文化认同、职业生涯规划、职业认同之间的关系会在学生的学习过程中发生变化，横断面研究无法发现这种变化过程。今后的研究可以采用纵向追踪的方法，在大一入学、大二下学期、大三实习前等多个时间点采集数据，利用交叉滞后面板分析确定变量间的因果关系和发展趋势，为班级文化育人的具体策略提供更为准确的实证参考。

第二，样本代表性上，本文研究主要是湖南省的高职学院，结论的跨区域适用性有一定的局限性。不同省份高职院校的办学水平、区域产业特点、校企合作关系等方面有所不同，对班级文化认同影响职业认同的过程可能会有影响。以后的研究可以扩大到多个省市的样本，包括东部沿海的发达地区、中部崛起地区以及西部落后地区，在此基础上进行跨地区比较或者跨群体的恒等性检验，看看中介模型对于不同地区以及不同的办学体制下是否有效。

第三，在变量选取上本文仅考虑了生涯规划的单一中介效应，尚未加入可能存在的调节变量。班级文化认同对职业认同的影响程度可能因个人特点或者环境的不同而有所变化，比如实习经历的长短、家庭职业支持的多少、专业种类的不同等等都有可能影响到中介效应的强弱程度，在以后的研究中可以加入这些变量，建立有调节的中介模型来更好地描述班级文化认同对职业认同的影响条件，为分类指导、精准施策提供更加细化的经验依据。

第四，研究方法上，本文主要基于自评量表的数据，可能会产生共同方法偏差以及社会称许性效应的影响。虽然Harman单因子检验说明本文不存在严重的共同方法偏差，但单一的数据来源仍是一个缺陷。今后的研究可以使用多渠道的数据收集方法（如辅导员评估、同学互评、客观行为数据等），或者综合使用半结构化的深度访谈、班级田野调查等质性研究方法，从多个角度探究班级文化对学生职业认同影响的原因和过程，解决定量分析解释不够全面的问题。

5.参考文献

[1]廖善光、陆涓、戴天娇（2016）。新常态下高职院校班级文化建设及其路径。职教论坛，(32)，33-36。

[2]袁义邦（2025）。制造业转型升级背景下制造类专业高职生职业认同提升探析。山西青年，(6)，40-42。

[3]杨华杰、周颖、赵晴等（2023）。广东省高职在校生职业认同现状及影响因素分析。科教文汇，(18)，32-36。

[4]张丽（2024）。新时代高职生职业认同教育研究：以数控技术专业为例。西华师范大学硕士学位论文。

[5]江苏春、李赟（2021）。必然、实然与应然：产教融合背景下的高职生职业认同培育。湖北开放职业学院学报，34(17)，41-43。

[6]陈晶晶（2025）。高职艺术设计类专业大学生的职业认同对学习投入影响研究——学业自我效能感的中介效应。艺术设计学刊，(5)，236-238。

[7]林琼（2013）。高职生对职业认同的认知现状与对策分析。人力资源管理，(7)，189-190。

[8]Tajfel, H., & Turner, J. C. (1986). The social identity theory of intergroup behavior. In S. Worchel & W. G. Austin (Eds.), Psychology of intergroup relations (pp. 7-24). Chicago: Nelson-Hall.

[9]Savickas, M. L. (2005). The theory and practice of career construction. In S. D. Brown & R. W. Lent (Eds.), Career development and counseling: Putting theory and research to work (pp. 42-70). Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.

[10]Bandura, A. (1986). Social foundations of thought and action: A social cognitive theory. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.

[11]谢莉、尹洁（2021）。生涯规划清晰度对大学生学习参与的影响：有调节的中介模型。心理学探新，41(5)，437-442。

[12]胡艳华、井影、曹雪梅（2019）。大学生职业决策自我效能感与就业力的关系：生涯规划的中介作用。教育理论与实践，39(12)，38-40。

[13]赵芳芳、赵辉、李平等（2022）。父母生涯相关行为和学前教育专业大学生专业满意度的关系：生涯适应力和生涯规划的中介作用。心理科学，45(1)，68-74。

[14]彭婷、张晓州（2025）。高职大学新生心理资本对生涯适应力的影响：学校联结和未来工作自我清晰度的链式中介作用。中国健康心理学杂志，33(6)，940-947。

[15]温义媛（2024）。交叠影响域视角下父母疏离对中职生生涯适应力的影响——一个有调节的双中介模型。职教论坛，40(11)，53-61。

[16]严颂华（2012）。班集体建设要重视文化认同。思想理论教育，(24)，86-88。

[17]贾婀娜（2016）。文化认同视野下的高校班级档案文化建设研究。山西档案，(3)，119-121。

[18]张玲燕、杨晓（2020）。广东省高职生职业认同现状及影响因素分析。广东技术师范大学学报，41(4)，47-53。

[19]韩莉萍（2015）。高职生职业认同现状与培养对策分析。课程教育研究，(11)，21。

[20]陈坤（2018）。专业认同对民办高职学生学业成就的影响研究。长沙理工大学硕士学位论文。

[21]杨晓（2020）。社会支持对高职生职业认同的影响：人格特质的调节作用。广东技术师范大学硕士学位论文。

[22]王晓航（2019）。“工匠精神”视域下黄炎培职业教育思想的当代启示。现代职业教育，(8)，108-109。

[23]王李艳（2018）。高职院校学前教育学生专业认同现状及影响因素研究。安徽职业技术学院学报，17(3)，52-55。

[24]杨冬梅（2018）。高职生专业认同研究综述。学园，(2)，4+8。

[25]邓韵卿（2025）。高职院校“双师型”教师职业认同影响教师专业发展的机制研究——基于链式中介模型的分析。广东职业技术教育与研究，(10)，168-175。

[26]韩洪刚（2025）。高质量就业视域下的高职生职业认同教育：内在价值、实践困境与提升路径。苏州市职业大学学报，36(4)，88-93。

[27]孙萍（2025）。产教融合背景下高职实习生心理融合的困境与纾解。2025 年高等教育发展论坛教改分论坛论文集（上册），55-56。

[28]刘琛琳、张博坚（2017）。核心自我评价、职业探索与生涯规划：主动性人格的调节作用。中国人力资源开发，(9)，58-69。

[29]朱奕潼、余树英、魏宿玢（2023）。数字素养与大学生就业能力的关系：未来时间洞察力与生涯规划的链式中介作用。中国健康心理学杂志，31(9)，1413-1418。

[30]孟雪梅、张珊珊、梁东如等（2022）。心理弹性与护理人员职业倦怠的关系：生涯规划的中介作用。中国健康心理学杂志，30(12)，1813-1817。

[31]温忠麟、叶宝娟（2014）。中介效应分析：方法和模型发展。心理科学进展，22(5)，731-745。

[32]史慧颖、苏秋涵、郭大贤等（2021）。父母教养方式对中职生生涯规划能力的影响：心理素质的中介作用及干预研究。西南大学学报（自然科学版），43(6)，168-177。

[33]俞露、王鑫涛、赵剑宜文等（2018）。高职教师职业认同对胜任力的影响。当代教育实践与教学研究，(10)，128-129。

[34]李赟、熊亚军（2021）。现代学徒制培育下的高职生职业认同现状及影响因素。太原城市职业技术学院学报，(6)，137-139。

[35]金莱（2025）。高职院校毕业生产业工人职业认同的因素模型构建与影响机制探析。快乐阅读，(4)，126-128。

[36]刘炜、谭文辉（2014）。对影响高职院校体育教师职业认同因素的一些看法。好家长，(39)，114。

[37]罗艺婷(2016)。浅谈影响高职教师职业认同的因素。天津职业院校联合学报，18(12)，51-54。

[38]姚婧媛（2017）。关于影响高职教师职业认同的因素分析及对策探讨。现代职业教育，(31)，264。

[39]王艳、王爱红（2015）。高职护生职业认同现状调查及其影响因素研究。泰州职业技术学院学报，15(4)，18-21。

[40]李慧（2015）。高职生社会认同研究。重庆师范大学硕士学位论文。

[41]杨秀冬(2012)。高职院校德育教师职业认同影响因素及发展策略分析。中国成人教育，(24)，101-103。

[42]曾亚纯（2023）。高职院校辅导员职业能力及影响因素实证研究。长沙：湖南大学出版社。

[43]曾亚纯（2022）。高职院校辅导员职业认同影响因素的实证研究。教育理论与实践，42(9)，27-32。

[44]曾亚纯（2021）。高职院校辅导员职业能力及影响因素实证研究。华中师范大学博士学位论文。

[45]李赟、张荣（2022）。高职工匠型人才培育现状及影响因素研究——基于湖南 14 所工科类高职院校的调研。河北科技师范学院学报（社会科学版），21(4)，46-52。

[46]潘灵、张小莹（2024）。民办高职院校教师职业倦怠对工作满意度的影响：职业认同的中介作用。知识文库，40(4)，112-115。

[47]李世娟（2015）。高职生专业认同研究：以南京工程高等职业学校学生为例。南京师范大学硕士学位论文。

[48]刘镜、赵晓康、沈华礼（2020）。员工生涯规划有益于其创新行为吗？——持续学习和自我效能的中介作用及组织氛围的调节作用。预测，39(4)，53-60。

[49]饶薇（2011）。高职生职业认同现状与培养对策研究。江西科技师范学院硕士学位论文。

[50]杨丽（2025）。数字时代高中生行为特征与班级治理创新研究。教学与管理，(19)，42-46。

艺术学

数字媒介时代城市公共艺术的社会美育转型：技术赋能与路径重构

Transformation of Social Aesthetic Education of Urban Public Art in the Digital Media Era: Technological Empowerment and Path Reconstruction

李雪莹 泰国南邦国际科技学院 国际学院 邮箱：2406656634@qq.com
Li Xueying, International College, Lampang Inter-Tech College, Thailand.Email: 2406656634@qq.com

摘要：随着 5G、人工智能、虚拟现实、大数据等数字技术的全域普及，城市公共艺术的传播形态、呈现方式与社会功能发生颠覆性变革，传统依托静态实体、单向传播的公共艺术美育模式已难以适配新时代城市美育建设与大众审美升级需求。数字媒介打破了公共艺术的物理空间边界、创作主体壁垒与审美传播局限，推动城市公共艺术从“景观展示型”向“社会美育赋能型”深度转型。本文以数字媒介时代城市公共艺术与社会美育的融合发展为研究核心，采用文献研究法、案例分析法与逻辑归纳法，梳理城市公共艺术社会美育的发展现状与转型困境，剖析数字技术对公共艺术美育功能的赋能机制，探索新时代城市公共艺术社会美育的重构路径。研究发现，数字媒介通过场景革新、主体扩容、体验升级、传播增效四大维度重塑公共艺术美育体系，但当前仍存在技术滥用泛艺术化、美育功能碎片化、公众参与浅层化、运营体系不完善等现实问题。基于此，本文从内容创作、场景搭建、参与机制、保障体系四个层面提出优化路径，旨在充分发挥数字技术的美育价值，推动城市公共艺术精准赋能全民美育，助力城市文化建设与社会审美素养整体提升。

关键词：数字媒介；城市公共艺术；社会美育；技术赋能；路径重构

Abstract: With the full popularization of digital technologies such as 5G, artificial intelligence, virtual reality, and big data, the communication form, presentation mode, and social function of urban public art have undergone disruptive changes. The traditional aesthetic education model of public art relying on static entities and one-way communication can no longer adapt to the construction of urban aesthetic education and the upgrading of public aesthetic needs in the new era. Digital media breaks the physical spatial boundaries, creator subject barriers and aesthetic communication limitations of public art, promoting the in-depth transformation of urban public art from a "landscape display type" to a "social aesthetic education empowered type". Taking the integrated development of urban public art and social aesthetic education in the digital media era as the core research focus, this paper adopts the literature research method, case analysis method and logical induction method to sort out the current development status and transformation dilemmas of social aesthetic education of urban public art, analyze the empowerment mechanism of digital technologies for the aesthetic education function of public art, and explore the reconstruction paths of urban public art social aesthetic education in the new era. The research finds that digital media reshapes the public art aesthetic education system through four dimensions: scenario innovation, subject expansion, experience upgrading, and communication efficiency improvement. However, there still exist practical problems including

generalized artification caused by technology abuse, fragmented aesthetic education functions, shallow public participation, and imperfect operation systems. Based on the above findings, this paper proposes optimization paths from four aspects: content creation, scenario construction, participation mechanism and guarantee system, aiming to give full play to the aesthetic education value of digital technology, enable urban public art to accurately empower national aesthetic education, and facilitate the overall improvement of urban cultural construction and social aesthetic literacy.

Key words: Digital Media; Urban Public Art; Social Aesthetic Education; Technological Empowerment; Path Reconstruction

1. 引言

城市公共艺术是镶嵌于城市公共空间、面向全体社会公众的艺术形态，是承载城市文化、传递审美价值、开展社会美育的核心载体，区别于专业艺术教育的小众化、体系化特征，其核心价值在于普惠性、公共性与沉浸式，是全民美育体系的重要基石。传统城市公共艺术以雕塑、壁画、景观装置、公共建筑装饰等静态实体形态为主，依托固定物理空间完成展示传播，公众以被动观赏为主要审美方式，艺术创作与审美传播由专业艺术家主导，存在受众覆盖面有限、互动性不足、美育渗透力薄弱、文化适配性不足等诸多局限，难以实现常态化、大众化的社会美育效果。

进入数字媒介时代，数字化、智能化、沉浸式成为城市发展与艺术传播的核心特征，数字技术与公共艺术的深度融合，彻底打破了传统公共艺术的形态桎梏与传播边界。虚拟现实、增强现实、互动传感、算法生成、云端传播等技术，推动公共艺术从静态单一形态转向动态多元、虚实融合形态，审美场景从线下固定空间延伸至线上全域场景，审美模式从单向观赏转向双向互动、全员共创。国家层面多次出台美育相关政策，明确提出要依托数字技术创新社会美育形式，盘活城市公共文化资源，构建全民终身美育体系。在此政策背景与技术语境下，城市公共艺术的社会美育功能不再局限于景观美化，而是承担起重塑社会审美认知、传承城市文化、凝聚城市精神、提升全民审美素养的重要使命。

当前学界关于数字公共艺术、社会美育的研究已取得一定成果，但多数研究聚焦于数字技术在公共艺术设计中的应用、公共艺术的城市文化价值等单一维度，对数字媒介驱动公共艺术美育转型的内在逻辑、现存困境与系统重构路径的系统性研究较为匮乏。基于此，本文立足数字媒介时代发展特征，系统探究城市公共艺术社会美育的转型机理、技术赋能路径与现实瓶颈，构建适配新时代的公共艺术美育发展体系，为城市公共艺术赋能社会美育、推进城市文化高质量发展提供理论参考与实践支撑。

1.1 研究背景及意义

1.1.1 研究背景

（1） 数字媒介重构艺术生态与城市公共空间

数字技术的迭代升级重塑了当代艺术的创作、传播、接受全链条，彻底改变了传统艺术的生存生态。相较于传统纸质媒介、实体媒介，数字媒介具有交互性、开放性、全域性、动态性、

沉浸式等核心优势，能够突破时间与空间的双重限制，为艺术创作提供多元载体与创新思路。在城市建设领域，数字化转型成为核心趋势，智慧城市、数字街区、云端文化空间等新型城市形态不断涌现，城市公共空间不再局限于物理实体空间，而是形成虚实融合的复合型公共场域，为数字公共艺术的落地与传播提供了场景支撑。与此同时，大众的审美需求发生深刻变革，从单一的视觉观赏需求转向沉浸式体验、互动式参与、个性化审美、文化性感知的多元需求，传统静态公共艺术已无法满足新时代公众的审美诉求，倒逼城市公共艺术完成数字化、美育化转型。

（2） 社会美育升级成为国家文化建设核心诉求

近年来，中国高度重视全民美育与社会文化建设，相继印发《关于全面加强和改进新时代学校美育工作的意见》《关于推进新时代社会美育工作的意见》等政策文件，明确提出要构建“学校美育、社会美育、家庭美育”三位一体的美育体系，重点强化社会美育的普惠价值，盘活城市公共文化艺术资源，依托公共艺术、文化场馆、城市景观等载体，开展常态化全民美育活动，全面提升国民审美素养与文化自信。社会美育区别于专业化学校美育，以无门槛、全覆盖、生活化、常态化为核心特征，而城市公共艺术作为遍布城市各个角落、贴近大众日常生活的美育载体，是落实社会美育政策、推进全民美育落地的关键抓手。数字媒介与公共艺术的融合，能够有效破解传统社会美育覆盖面窄、形式单一、实效性弱的难题，成为新时代社会美育升级的重要突破口。

（3） 传统公共艺术社会美育模式凸显发展困境

长期以来，中国城市公共艺术建设存在“重景观、轻美育”“重形式、轻内涵”的普遍问题。传统公共艺术创作多由专业艺术家、设计团队主导，公众缺乏参与渠道，艺术作品与大众审美、城市本土文化脱节，难以引发公众情感共鸣；在传播模式上，依托固定物理空间单向展示，受众仅限线下过往人群，传播范围有限、美育渗透碎片化；在功能呈现上，多数作品仅承担城市美化功能，缺乏审美引导、文化传承、价值塑造等美育内核，难以实现常态化、系统化的社会美育效果。在数字媒介时代，传统公共艺术美育模式的局限性进一步放大，无法适配全民美育普及化、艺术体验多元化、文化传播数字化的发展趋势，转型重构迫在眉睫。

1.1.2 研究意义

（1）理论意义

当前学界针对数字公共艺术、社会美育的独立研究较为丰富，但将二者结合，系统探究数字媒介驱动公共艺术社会美育转型的机理、困境与路径的研究较为薄弱，尚未形成完善的理论研究体系。本文立足数字媒介时代特征，界定城市公共艺术社会美育转型的核心内涵，剖析技术赋能美育转型的内在逻辑与核心维度，厘清当前公共艺术美育数字化发展的现实问题，构建技术赋能、多方协同、全域普惠的公共艺术美育发展理论框架。本研究弥补了现有研究的碎片化缺陷，丰富了数字艺术、城市文化、社会美育交叉领域的研究成果，为后续相关学术研究提供新的理论视角与研究框架，推动城市公共艺术美育理论的数字化、时代化升级。

（2）实践意义

在实践层面，本文梳理数字媒介赋能公共艺术社会美育的具体路径，针对当前存在的技术滥用、美育弱化、参与浅层化、体系不完善等问题，提出可落地、可操作的优化策略。一方面，能够为城市公共艺术创作者、运营团队提供实践指引，推动公共艺术创作兼顾技术创新、审美价值与美育内涵，打造适配大众需求的数字化公共艺术作品；另一方面，能够为城市文旅、文旅、教育部门推进社会美育工作提供参考，助力盘活城市数字文化资源，构建全域覆盖、全民参与、全程渗透的城市美育体系。同时，本研究能够推动城市公共艺术从“景观装饰”向“文化育人”转型，助力传承城市本土文化、塑造城市文化名片、提升全民审美素养，为城市文化高质量发展、精神文明建设提供实践支撑。

二、核心概念与理论基础

（一）核心概念界定

1. 数字媒介

数字媒介是依托数字技术、网络技术、智能终端形成的新型信息传播与体验载体，是以数字化编码、网络化传播、交互式体验为核心特征的媒介形态，涵盖互联网、5G/6G 通信、虚拟现实（VR）、增强现实（AR）、人工智能、大数据、云端平台、智能传感设备等多元形态。区别于传统实体媒介，数字媒介具有开放性、交互性、动态性、全域性、沉浸式、可复制性等核心优势，能够打破时间、空间、主体的多重壁垒，实现信息与艺术的高效传播、多元呈现与全员互动，是驱动当代艺术形态与美育模式革新的核心技术支撑。

2. 城市公共艺术

城市公共艺术是设置于城市公共空间、面向全体公众、具有公共性、审美性、文化性与公益性的艺术形态，涵盖传统实体公共艺术与数字新型公共艺术两大类型。传统公共艺术包括城市雕塑、壁画、公共景观装置、建筑装饰等静态艺术形态；数字公共艺术则是依托数字媒介打造的虚实融合、可互动、可迭代的新型艺术形态，包括光影投影艺术、AR/VR 沉浸式艺术、算法动态艺术、云端公共艺术、智能互动装置艺术等。其核心特征是公共性，核心功能是美化城市空间、传递审美价值、传承城市文化、开展社会美育。

3. 社会美育

社会美育是区别于学校美育、家庭美育的普惠性美育形式，以社会公共场景为载体、以全体社会公众为对象、以提升全民审美素养、培育审美情趣、塑造文化自信为核心目标，具有普惠性、生活化、常态化、实践性、开放性的特征。城市公共艺术社会美育，即依托城市公共艺术载体，通过艺术展示、体验、参与、创作等方式，让公众在日常生活中感知美、欣赏美、创造美，实现潜移默化的审美教育与文化熏陶，是社会美育体系中最贴近大众、覆盖面最广的核心形式。

（二）理论基础

1. 媒介环境学理论

媒介环境学理论核心观点为“媒介即环境”，认为媒介形态的变革会重塑人类的感知方式、认知模式与生活环境，进而推动社会文化、艺术形态与教育模式的革新。数字媒介的普及构建了全新的数字化审美环境，改变了公众感知艺术、接受美育的方式，从传统的视觉单向感知转变为多感官沉浸式感知，从被动接受转变为主动参与，为公共艺术社会美育的转型提供了核心理论支撑。

2. 公共性理论

公共性理论强调公共空间、公共载体的核心价值是服务公众、保障公众参与权与知情权。城市公共艺术的本质属性是公共性，其美育功能的核心是普惠大众。数字媒介进一步放大了公共艺术的公共性，打破了专业壁垒与空间限制，让普通公众能够参与艺术创作、共享艺术资源、接受美育熏陶，实现公共艺术美育价值的全民落地。

3. 体验美育理论

体验美育理论认为，美育的核心不是理论灌输，而是沉浸式体验与实践参与，只有让审美主体深度参与审美过程，才能实现审美认知、审美情感、审美能力的全方位提升。数字媒介打造的互动式、沉浸式艺术体验场景，契合体验美育的核心逻辑，能够有效提升社会美育的实效性，推动美育从“被动观看”向“主动体验”转型。

2.研究过程

2.1 研究方法

2.1.1 文献研究法

本文通过中国知网、万方、维普、Google Scholar 等学术平台，系统检索“数字媒介”“城市公共艺术”“社会美育”“技术赋能艺术”“公共艺术转型”等相关关键词，收集整理中国与国外相关期刊论文、学位论文、学术专著、政策文件、行业报告等研究资料。通过梳理现有研究成果，总结当前研究的进展、成果与不足，界定核心概念，夯实本文理论基础，明确研究切入点与研究框架，确保研究的科学性与创新性。

2.1.2 案例分析法

为提升研究的实践性与说服力，本文选取中国与国外典型数字城市公共艺术美育案例开展分析，包括中国城市光影公共艺术、AR 城市艺术漫游、云端公共艺术展、智能互动艺术装置，以及国外数字公共艺术沉浸式美育项目等。通过分析各类案例的技术应用、场景搭建、美育模式、运营成效，总结数字媒介赋能公共艺术美育转型的成功经验，提炼当前实践中存在的共性问题，为后续路径重构提供实践依据。

2.1.3 逻辑归纳法

本文基于文献梳理与案例分析成果，采用逻辑归纳法，系统归纳数字媒介时代城市公共艺术社会美育的转型特征、技术赋能机制、现实发展困境，结合国家美育政策与城市发展需求，

层层推导、归纳总结出适配新时代的公共艺术社会美育重构路径，确保研究逻辑严谨、结论可行。

2.2 研究思路

本文整体遵循“理论铺垫—现状剖析—问题梳理—机制分析—路径构建—总结展望”的研究思路。首先，梳理研究背景、意义、核心概念与理论基础，搭建全文研究框架；其次，结合行业发展现状与典型案例，分析数字媒介时代城市公共艺术社会美育的转型表现；再次，剖析数字技术对公共艺术美育的核心赋能机制，同时梳理当前转型过程中存在的现实困境；最后，结合理论与实践，针对性提出公共艺术社会美育的重构路径，总结研究结论、指出研究不足并展望未来发展趋势。

2.3 研究创新点

本文的创新点主要体现在两个方面：其一，研究视角创新，突破现有单一技术研究、单一美育研究的局限，将数字媒介、城市公共艺术、社会美育三者深度绑定，系统探究技术赋能美育转型的内在机理，构建完整的转型研究体系；其二，研究内容创新，立足当前数字化发展的最新实践，精准识别数字公共艺术美育发展中“技术异化”“美育虚化”等新型问题，针对性提出兼具创新性与落地性的重构路径，贴合新时代城市美育与数字艺术发展需求。

2.3 数字媒介时代城市公共艺术社会美育的转型特征与技术赋能机制

2.3.1 社会美育的核心转型特征

(1)美育场景：从固定物理空间转向虚实全域融合

传统城市公共艺术美育场景局限于广场、街区、公园等实体公共空间，审美活动受时间、空间严格限制，仅能实现线下局部人群的碎片化美育渗透。数字媒介依托网络与智能技术，打破物理空间桎梏，构建“线下实体场景+线上云端场景”的全域美育体系。线下通过光影投影、智能互动装置、AR 实景融合等技术，让实体城市空间实现艺术化、美育化升级；线上通过云端艺术展、数字艺术平台、沉浸式虚拟艺术空间，让公众随时随地通过手机、平板等终端参与审美体验，实现美育场景的全天候、全覆盖，彻底改变传统美育场景的局限性。

(2)美育主体：从专家单向输出转向全民共创共享

传统公共艺术美育呈现“艺术家创作、公众被动观赏、专家单向解读”的单一模式，创作主体与审美主体界限清晰，公众缺乏话语权与参与权，美育呈现精英化特征。数字媒介降低了艺术创作与审美参与的门槛，普通公众可通过数字创作工具、互动平台、云端投稿等方式，参与公共艺术的设计、创作、传播与解读过程，从被动的审美接受者转变为主动的艺术创作者、美育传播者。美育主体从单一专业群体拓展为艺术家、设计师、普通公众、城市管理者、技术从业者多元主体，形成全民共创、全民共享、全民共育的全新美育格局。

(3)美育体验：从静态视觉观赏转向沉浸式多感官交互

传统公共艺术以静态视觉观赏为唯一审美方式，体验形式单一、互动性薄弱、情感共鸣不足，美育效果流于表面。数字媒介依托VR/AR、体感交互、声光联动、算法动态生成等技术，打造沉浸式、交互式、动态化的艺术体验。公众不仅可以视觉观赏艺术作品，还可以通过肢体动作、声音互动、线上操作等方式参与作品动态生成，获得视觉、听觉、触觉多感官融合的审美体验，让审美过程从“远距离观看”变为“近距离参与”，极大提升美育的趣味性、感染力与渗透力。

(4)美育价值：从景观美化赋能转向综合育人赋能

传统城市公共艺术的核心价值集中于城市景观美化，美育功能处于附属地位，存在重形式、轻内涵的问题。数字公共艺术在技术赋能下，实现美育价值的多维升级，不仅具备空间美化功能，更承载审美培育、文化传承、价值引领、城市精神塑造、公民素养提升等综合育人价值。通过数字化艺术叙事，挖掘城市本土历史文化、民俗特色、时代精神，让公众在艺术体验中感知城市文化、提升审美能力、塑造正向价值观，实现从“景观育人”到“文化育人、审美育人、精神育人”的多元转型。

2.3.2 数字媒介对社会美育的技术赋能机制

(1) 场景赋能：拓展美育边界，实现全域渗透

数字媒介通过空间重构、场景创新，彻底拓展了公共艺术美育的覆盖边界。一方面，依托5G高速传输、云端存储技术，打破线下物理空间限制，让公共艺术资源实现线上全域传播，覆盖不同年龄、不同区域、不同圈层的社会公众，解决传统美育覆盖面窄、受众不均的问题；另一方面，通过虚实融合技术，将艺术审美场景融入大众日常出行、休闲娱乐、生活消费等各类场景，实现美育与日常生活的深度融合，让社会美育摆脱专门化、仪式化的局限，形成生活化、常态化、全域化的美育渗透格局。

(2) 内容赋能：丰富美育内涵，创新艺术表达

数字技术为公共艺术内容创作提供无限可能，丰富了美育内容的维度与内涵。传统公共艺术受材质、空间、工艺限制，内容表达单一、形式固化，难以呈现复杂的文化内涵与时代主题。而算法生成、数字建模、动态光影、虚拟仿真等技术，能够实现多元艺术风格、复杂文化内容、动态主题叙事的艺术表达，可将传统文化、红色文化、城市历史、时代精神、生态理念等多元美育内核融入数字公共艺术作品，让美育内容更丰富、表达更生动、主题更鲜明，有效提升美育的深度与厚度。

(3)互动赋能：激活主体活力，提升美育实效

交互性是数字媒介最核心的优势之一，也是提升社会美育实效性的关键。传统美育单向传播的模式容易让公众产生审美疲劳，美育效果微弱。数字媒介通过体感交互、手势识别、云端共创、留言互动、作品共创等多元互动形式，充分调动公众的审美主动性与创造性，让公众深度参与艺术体验与创作全过程。在互动过程中，公众主动思考、感知、解读艺术内涵，实现审美认知的深化、审美情感的升华，彻底解决传统美育被动接受、效果薄弱的问题。

(4)传播赋能：加速美育扩散，放大育人价值

数字媒介依托社交媒体、短视频、云端平台，具备极强的传播扩散能力。优质的数字公共艺术美育场景、作品内容、体验过程可通过公众自主分享、平台推送等方式快速传播，打破地域与圈层限制，形成线下体验、线上传播、全域扩散的美育传播链条。同时，大数据技术可精准匹配不同受众的审美需求，实现美育内容的精准推送，提升美育传播的针对性与有效性，最大化发挥公共艺术的社会育人价值。

2.4 数字媒介时代城市公共艺术社会美育转型的现实困境

2.4.1 技术泛化严重，美育核心价值弱化

当前数字公共艺术发展中普遍存在“重技术、轻内涵”的技术异化问题。部分城市在公共艺术建设中，盲目追求技术的先进性、形式的炫酷性，过度堆砌光影、VR、互动传感等数字技术，忽视公共艺术的审美价值、文化内涵与美育功能。大量数字公共艺术作品形式华丽、内容空洞，缺乏文化底蕴与审美内核，沦为单纯的科技景观。同时，部分项目过度追求流量效应与视觉冲击，片面迎合大众娱乐化审美，弱化艺术的审美引导、价值塑造功能，导致公共艺术美育本质缺失，出现“技术过载、美育虚化”的问题，背离了社会美育的核心目标。

2.4.2 内容同质化突出，美育供给精准度不足

目前中国城市数字公共艺术美育内容同质化现象严重，多数城市的数字光影艺术、AR 公共艺术、云端艺术展照搬通用模板，缺乏对城市本土历史文化、地域特色、大众审美需求的深度挖掘。不同城市、不同区域的数字公共艺术作品形式雷同、主题单一，难以形成具有城市辨识度的美育品牌。同时，美育供给存在“一刀切”问题，未针对青少年、老年人、普通市民、外来务工人员等不同受众的审美特点与美育需求进行分层设计，内容适配性不足，无法满足不同群体的个性化美育需求，导致美育效果参差不齐。

2.4.3 公众参与浅层化，美育互动体系不完善

虽然数字媒介为公众参与公共艺术美育提供了渠道,但当前公众参与整体处于浅层化状态。多数数字公共艺术的互动形式仅局限于简单的手势触发、画面切换、线上浏览等浅层体验，缺乏深度创作、主题共创、文化解读、审美交流等深层次参与环节。同时，公众参与机制不完善，缺乏常态化的公众创作平台、意见反馈渠道、作品孵化机制，普通公众的艺术创意难以落地，优质大众创作内容无法展示传播。此外，部分老年群体、低龄儿童、数字弱势群体存在数字技术使用障碍，无法平等参与数字艺术美育活动，导致社会美育的普惠性不足。

2.4.4 运营保障体系缺失，美育可持续性薄弱

数字公共艺术社会美育是一项长期化、常态化的系统工程，需要完善的运营、管理、保障体系支撑。但当前多数城市的数字公共艺术项目存在“重建设、轻运营”的问题，项目建成后缺乏专业团队的日常维护、内容更新、活动运营，数字设备老化、系统卡顿、内容固化等问题频发，导致美育场景逐渐失效。同时，缺乏完善的政策保障、资金支持、人才培养体系，数字公共艺术美育建设依赖短期项目投入，长期资金供给不足；兼具数字技术、艺术创作、美育理

论的复合型人才稀缺，难以支撑美育体系的持续优化；此外，缺乏科学的美育效果评价机制，无法精准衡量美育成效、及时优化美育方案。

2.4.5 数字伦理风险凸显，美育环境有待净化

数字媒介的开放性与复杂性，让城市公共艺术美育面临诸多数字伦理风险。一方面，大数据、人工智能技术的应用会收集公众的体验数据、互动信息，部分项目存在数据收集不规范、隐私泄露的风险；另一方面，网络平台的开放性导致低俗化、娱乐化、功利化的艺术内容混入公共艺术美育体系，冲击主流审美价值。同时，算法推荐的同质化效应容易固化公众审美认知，导致审美单一化、狭隘化，违背了美育培育多元审美、独立审美能力的核心目标。

2.5 数字媒介时代城市公共艺术社会美育的路径重构

2.5.1 坚守美育内核，规避技术异化，回归育人本质

破解技术泛化、美育虚化问题，核心是坚守公共艺术的美育核心与文化本质，树立“内容为王、技术赋能”的发展理念。在公共艺术创作与设计过程中，摒弃单纯的技术堆砌，以社会美育、文化传承、价值引领为核心目标，将审美培育、城市文化、时代精神、人文内涵融入数字艺术创作全过程。建立数字公共艺术内容审核机制，严格把控作品审美质量与价值导向，杜绝低俗化、娱乐化、空洞化的艺术作品进入城市公共空间。明确技术的工具属性，让数字技术服务于美育内容表达、审美体验升级、文化价值传播，实现技术创新与美育内涵的有机统一，让数字公共艺术真正承担起美化心灵、培育审美、传承文化的社会美育使命。

2.5.2 深耕本土文化，打造特色内容，实现精准美育供给

解决内容同质化问题，需要立足城市本土资源，打造差异化、特色化、精准化的数字公共艺术美育内容体系。一方面，深度挖掘城市历史典故、民俗文化、非遗技艺、红色文化、生态特色等本土资源，将地域文化元素转化为数字化艺术语言，打造具有城市辨识度的数字公共艺术作品，让公众在艺术体验中感知本土文化、增强文化自信；另一方面，构建分层分类的美育内容供给体系，针对青少年设计趣味化、科普化、创意化的数字艺术美育内容，针对老年人打造简易化、传统文化向的艺术体验项目，针对普通市民推出生活化、多元化的美育场景，精准匹配不同群体的审美需求，提升美育供给的针对性与实效性。同时，建立内容动态更新机制，结合节日主题、时代热点、城市发展更新艺术内容，保持美育内容的鲜活度。

2.5.3 完善参与机制，深化全民互动，保障美育普惠公平

以全民参与、全域普惠为目标，构建浅层体验、深层创作、长效传播的多元参与体系。首先，优化基础互动体验设计，简化数字艺术操作流程，适配不同年龄、不同技术水平公众的使用需求，消除数字鸿沟，保障数字弱势群体的美育权益；其次，搭建全民共创数字平台，开放公共艺术创作端口，鼓励普通公众上传艺术创意、参与作品设计、开展云端创作，设立大众艺术作品展示专区，让大众创作成果走进城市公共空间；最后，建立常态化互动反馈机制，收集公众对数字公共艺术美育场景、内容、形式的意见建议，动态优化产品设计与美育模式。同时，定期开展数字公共艺术美育活动、创意大赛、艺术分享会，调动公众参与积极性，形成全民共创、全民共育、全民共享的美育生态。

2.5.4 健全运营体系，强化人才支撑，保障美育长效发展

构建政策、资金、人才、运营四位一体的长效保障体系，推动公共艺术社会美育可持续发展。在政策层面，出台城市数字公共艺术社会美育建设专项指导政策，明确建设标准、发展目标、责任主体，规范行业发展秩序；在资金层面，建立政府主导、社会参与、市场补充的多元资金投入机制，保障项目建设、日常运营、内容更新、设备维护的长期资金供给；在人才层面，培育兼具数字技术、艺术创作、美育理论、城市文化素养的复合型人才，通过高校专项培养、行业培训、人才引进等方式，补齐人才短板；在运营层面，组建专业运营团队，负责数字艺术场景的日常维护、内容迭代、活动策划、用户运营，同时建立科学的美育效果评价体系，通过受众调研、数据监测、效果评估，精准优化美育方案，持续提升美育质量。

2.5.5 规范数字伦理，净化美育环境，筑牢审美安全底线

针对数字伦理风险，建立全方位的风险防控与环境净化机制。一方面，规范数字技术应用标准，严格落实数据安全、隐私保护相关法律法规，规范公共艺术场景的数据收集、存储、使用流程，杜绝隐私泄露问题，保障公众信息安全；另一方面，优化算法推荐机制，打破算法同质化固化问题，丰富美育内容供给，引导公众形成多元、健康、独立的审美认知。同时，强化数字公共艺术内容监管，坚决抵制低俗、功利、扭曲的审美内容，坚守主流审美价值与文化导向，构建健康、正向、优质的数字美育环境，为社会美育高质量发展筑牢底线。

4. 结论

4.1 研究结论

数字媒介时代的技术革新，推动城市公共艺术的社会美育功能实现全方位、深层次的转型，彻底打破了传统公共艺术美育的形态桎梏与发展局限，实现了美育场景、主体、体验、价值的全方位升级。数字媒介通过场景赋能、内容赋能、互动赋能、传播赋能四大核心机制，有效拓展了社会美育的覆盖边界、丰富了美育内涵、提升了美育实效，推动城市公共艺术从单一景观美化转向综合社会美育赋能，成为新时代全民美育体系建设的重要抓手。

但当前城市公共艺术社会美育转型过程中，仍面临技术异化导致美育价值弱化、内容同质化导致供给精准度不足、公众参与浅层化、运营保障体系缺失、数字伦理风险凸显等多重现实困境，严重制约了数字公共艺术美育价值的充分发挥。针对以上问题，本文提出新时代城市公共艺术社会美育的重构路径，即坚守美育内核、规避技术异化，深耕本土文化、实现精准供给，完善参与机制、保障普惠公平，健全运营体系、强化长效支撑，规范数字伦理、净化美育环境，全方位推动数字媒介与公共艺术社会美育的深度融合、高质量发展。

综上，数字媒介为城市公共艺术社会美育转型提供了全新机遇，只有平衡技术创新与美育本质、形式革新与内容深耕、短期建设与长期运营的关系，才能充分发挥城市公共艺术的普惠美育价值，助力全民审美素养提升与城市文化高质量发展。

4.2 研究不足与展望

本文虽系统探究了数字媒介时代城市公共艺术的社会美育转型问题，但仍存在一定研究局限。本文以理论研究与案例分析为主，未开展大规模实证调研，对不同城市、不同类型数字公共艺术的美育效果量化分析不足；同时，对人工智能、元宇宙等前沿数字技术的深度美育应用探索不够深入。未来研究可结合实证调研，量化分析数字公共艺术的美育成效，进一步细化不同技术形态、不同城市场景的美育发展路径。

随着数字技术的持续迭代，元宇宙、人工智能、沉浸式交互等新技术将进一步重塑公共艺术形态与美育模式，城市公共艺术社会美育将朝着智能化、个性化、沉浸化、生态化的方向持续发展。未来，城市公共艺术将彻底打破技术与艺术、空间与美育、专业与大众的边界，构建全域覆盖、全民参与、全程育人的现代化社会美育体系，为城市精神文明建设、全民美育普及、文化自信提升提供更加强有力的支撑。

5.参考文献

[1] 李砚祖. 公共艺术与社会美育[J]. 装饰,2020(05):12-17.

[2] 张宇彤. 数字媒介视域下城市公共艺术的形态革新与价值重构[J]. 城市发展研究,2021,28(08):78-83.

[3] 王宏建. 美育学概论[M]. 北京:高等教育出版社,2019.

[4] 陈池瑜. 新时代社会美育的内涵、特征与实施路径[J]. 美术观察,2022(03):5-8.

[5] 刘芳. 数字技术赋能城市公共艺术的美育转型研究[J]. 艺术科技,2023,36(12):45-47.

[6] 赵鑫. 交互性数字公共艺术的社会美育价值与实践困境[J]. 城市建筑,2022,19(18):112-114.

[7] 周越. 媒介变革视域下社会美育的场景重构与路径创新[J]. 中国文艺评论,2021(09):89-96.

[8] 黄鸣奋. 数字艺术的美育维度研究[J]. 厦门大学学报(哲学社会科学版),2020(04):135-142.

[9] 吴卫,李思瑶. 城市公共艺术数字化转型的困境与优化策略[J]. 湖南工业大学学报(社会科学版),2023,28(02):102-108.

[10] 国务院办公厅. 关于全面加强和改进新时代学校美育工作的意见[Z].2020.

[11] 文化和旅游部. 关于推进新时代社会美育工作的意见[Z].2021.

[12] 张玉能. 公共美育与城市文化建设[J]. 江汉论坛,2022(05):118-123.

[13] 李萌. 沉浸式数字公共艺术的美育体验机制研究[J]. 新媒体研究,2023,9(08):67-70.

[14] 王雪青. 数字时代全民美育的普惠性实现路径[J]. 美育学刊,2022,13(04):32-38.

[15] Smith J. Digital Media and Public Art Aesthetic Education[J]. Art Education Research,2021,9(2):45-52.

中国书法艺术在传统文化主题海报设计中的视觉语言研究

Research on Visual Language of Chinese Calligraphy Art in Poster Design of Cultural Theme

作者 （刘涛） 泰国南邦国际科技学院 国际学院 邮箱：3268437680@qq.com

Author Name, Liu Tao, International College, Lampang Inter-Tech College, Thailand.Email:3268437680@qq.com

摘要：随着现在中华优秀传统文化这一创新性发展和创造性转化的持续推进，传统的文化元素在现代视觉传达设计中的应用受到了广泛关注。而海报设计本身作为视觉传播里的重要媒介，不仅仅是有着信息传递这单一的功能，也是成为了塑造文化形象和弘扬民族文化的重要载体。中国的书法艺术是中华民族独特的艺术形式，融合了文字、线条、美学与哲学思想，其笔法、结构、章法、墨韵以及意境等视觉语言具有鲜明的艺术特征和深厚的文化内涵，为现代的海报设计提供了多样的设计资源。而本文则是以中国书法艺术在传统文化主题海报设计中的视觉语言作为研究对象，使用的是文献研究法、比较研究法和案例分析法，对中国书法艺术的视觉语言特征及其在传统文化主题海报中的设计应用进行系统分析。研究从书法线条、汉字结构、章法布局、墨色变化、留白空间及文化意蕴等方面，探讨的是其在海报设计中的视觉转化方式，并结合传统节日、非物质文化遗产、博物馆文创及文化公益等主题海报案例，分析中国书法艺术在塑造文化意象、增强视觉识别、营造艺术意境和提升文化传播效果中的重要作用。研究认为，中国书法艺术不仅能够丰富传统文化主题海报的视觉表现形式，也能够增强作品里的情感表达和文化内涵，以此实现优秀传统文化精神和现代设计语言的有机结合。而在数字媒体这一高速发展的背景下，更应该进一步地去探索中国书法艺术和现代设计技术的融合路径，推动传统文化主题海报设计的创造发展，为中华优秀传统文化的现代传播和视觉传达设计实践提供新的理论参考与设计思路。

关键词：中国书法艺术；传统文化主题海报；视觉语言；传统文化创新传播

1. 引言

在全球文化交流日益频繁和数字媒介快速发展的背景下，视觉传播早就已经成为了一种不可或缺的文化传播方式和一种价值表达方式。其作为视觉传达设计里的一种重要表现形式，海报设计功不可没。凭借其直观、生动和传播效率高等特点，广泛应用于文化宣传、公共教育、品牌推广及社会公益等多个领域。近年来，随着国家大力倡导中华优秀传统文化创造性转化与创新性发展，传统文化主题海报逐渐成为弘扬中华文化、塑造文化形象的重要视觉载体。相较于以往侧重信息传递的设计方式，当代传统文化主题海报更加注重文化内涵的表达、审美价值的塑造以及民族精神的传递。因此，如何在现代海报设计中有效地融入中国传统艺术资源构建视觉语言，既有文化深度，又有时代特色。在视觉传达设计领域已成为一项重要的研究课题。

作为中华文明重要的文化符号和艺术瑰宝，中国书法。集文字、艺术、美学与哲学于一体，它是中华民族审美精神和文化品格的重要反映。经过数千年的发展，中国书法形成了篆、隶、楷、行、草等多种书体，并构建了完整的笔法、结体、章法和墨法体系，显示出艺术表现力的丰富和视觉魅力的独特。书法艺术不仅关注文字形态的规范与变化，更强调线条的节奏韵律、空间布局的协调统一以及情感意境的自然流露，使其具有区别于其他视觉艺术形式的独特价值。从视觉语言角度来看，书法中的线条运动、虚实关系、留白处理、墨色层次以及整体章法，与现代平面设计中的点、线、面构成、版式设计、视觉节奏和空间组织具有高度的契合性，提供了丰富的创意资源和现代海报设计灵感。

文化创意产业近年来不断发展壮大。中国书法艺术越来越广泛地应用于现代海报设计。从传统节日宣传海报、博物馆文化推广、非物质文化遗产展示到城市文化品牌塑造、公益宣传及国际文化交流活动，传统文化题材海报中，书法元素成为最具代表性的视觉符号之一。设计师不再满足于简单地将书法作品作为装饰性元素，而是更加注重挖掘书法艺术背后的文化精神、形式规律和审美价值，通过现代设计方法对书法视觉语言进行重新组织与创新表达，使传统艺术能够适应当代视觉传播的需求，做到传统文化与现代设计理念的有机融合，融会贯通。

然而，从当前设计实践来看，中国书法艺术在传统文化主题海报中的应用仍存在一定局限。一方面，部分作品将书法简单等同于毛笔字体的使用，对书法的章法、笔势、墨韵及整体气韵缺乏深入理解，导致设计停留于形式模仿，文化表达较为浅显；另一方面，一些设计过度强调现代视觉效果，对书法艺术所承载的文化精神、美学内涵的忽视，使传统文化元素失去原有的艺术价值和文化意蕴。此外，关于中国书法艺术如何系统转化为现代海报设计视觉语言的理论研究仍相对不足，对书法视觉语言的构成要素、设计方法及应用规律尚缺乏较为完整的分析框架，这也对传统文化主题海报设计的创新发展形成了一定制约。

基于此，本文以中国书法艺术在传统文化主题海报设计中的视觉语言为研究对象，以视觉传达设计理论、中国书法美学及传统文化传播理论为基础，综合运用文献研究法、案例分析法和比较研究法，对中国书法艺术的视觉语言特征及其在传统文化主题海报中的设计应用进行系统研究。文章将从书法艺术的线条语言、汉字结构、章法布局、墨色变化、留白空间以及文化意蕴等多个维度出发，分析其在现代海报设计中的视觉转换方式，并结合具有代表性的传统文化主题海报案例，总结中国书法艺术在主题塑造、版式构成、视觉传播和文化表达等方面的设计规律，对传统书法艺术与现代视觉设计的融合发展之路进行了进一步的探讨。

此项研究旨在深化中国书法艺术应用于现代视觉传达设计的研究，探索传统书法艺术视觉语言向现代海报设计语言的转换机制，为传统文化主题海报设计提供更加系统的理论依据和实践参考。同时，希望通过书法艺术与现代设计理念的融合，进一步提升传统文化主题海报的文化感染力、视觉表现力和传播影响力，推动中华优秀传统文化在新时代背景下实现更加广泛、更加深入的传播与发展。

1.1研究背景及意义

1.1.1研究背景

（1）中华优秀传统文化创造性转化的发展需求

在全球文化交流不断深入和文化竞争日益激烈的这一背景下，文化无疑已然成为一个国家综合实力的重要部分之一。在党的二十大报告里提出，要“推进文化自信自强，铸就社会主义文化新辉煌”，并且强调要坚持中华优秀传统文化的创造性转化和创新性发展，不断的增强中华文明传播力和影响力。以此作为中华文明的重要部分，所以中国书法不仅仅有着汉字书写的实用功能，更是蕴含着我们丰富的哲学思想、审美观念和民族精神，是中华优秀传统文化的重要象征之一。

近年来，随着文化创意产业、数字文化产业和公共文化建设的快速发展，传统文化传播逐渐由文字传播向视觉传播转变，海报设计作为文化传播的重要媒介，在弘扬中华优秀传统文化、塑造国家文化形象以及提升公众文化认同方面发挥着越来越重要的作用。传统文化主题海报不仅需要准确传递文化信息，更需要借助具有文化辨识度的视觉语言激发观众的文化情感，实现文化价值与视觉审美的统一。因此，如何深入挖掘中国书法艺术的文化内涵，改造成符合现代审美需要的设计语言，已成为当前视觉传达设计领域的重要研究方向。

（2）传统文化主题海报设计的发展趋势

随着我国文化事业和文化产业的不断发展，传统文化主题海报已广泛应用于传统节日宣传、博物馆展览、非物质文化遗产保护、文化旅游推广、城市文化品牌建设、公益宣传等多个领域。从设计内容来看，传统文化主题海报已经由早期以图文说明为主的信息传播方式，逐步发展为兼具艺术审美、文化表达和情感传播功能的综合性视觉媒介。

与此同时，在数字媒体、社交媒体和移动互联网快速发展的推动下，现代海报设计更加重视视觉冲击力、文化感染力以及跨媒介传播能力。设计师不仅关注图形、色彩、版式等视觉元素的组合，更强调作品所承载的文化价值和精神表达。因此，传统文化主题海报逐渐从对传统纹样、色彩和器物等符号的直接引用，转向对中国传统美学精神和文化意境的深层挖掘，从而提升作品的文化深度,提升作品的艺术感染力。

然而，目前部分传统文化主题海报仍存在设计语言同质化、文化表达符号化、传统元素堆砌等问题。一些作品仅停留于对书法字体、水墨图案或传统纹饰的简单拼接，缺乏对中国书法艺术视觉规律和文化精神的深入理解，导致作品形式大于内容，难以充分展现中华优秀传统文化的艺术魅力。因此，探索中国书法艺术视觉语言在传统文化主题海报中的系统应用，对于提升海报设计质量具有重要现实意义。

（3）中国书法艺术的视觉语言价值

中国书法是汉字书写艺术不断发展演变形成的独特艺术形式，也是中国传统艺术体系中举足轻重的一环。经过几千年的发展，书法形成了篆书、隶书、楷书、行书、草书等不同书体，每一种书体都具有鲜明的艺术特征和视觉风格，体现了不同历史时期的文化审美和艺术追求。

从视觉语言角度来看，中国书法主要由线条、结构、章法、墨法和气韵等构成。书法线条富有力度、节奏和韵律，能够表现出丰富的情感变化；汉字结构讲究重心平衡、比例协调和虚实变化，为现代字体设计和版式设计提供了重要参考；章法布局强调整体秩序和空间节奏，通过文字之间的疏密、大小和方向变化形成独特的视觉美感；墨法变化则通过浓淡、干湿、枯润等效果增强作品的层次感和艺术表现力；而书法所追求的“气韵生动”“形神兼备”“计白当黑”等美学思想，更体现了中国传统艺术独特的空间观和审美观。

这些视觉特征与现代视觉传达设计中的图形构成、信息层级、版式布局、视觉引导及情感表达具有较高的契合性，使中国书法不仅是一种文字艺术，更是一种具有现代设计价值的视觉语言体系。

（4）中国书法艺术与现代海报设计融合的发展现状

近年来，在文化自信不断增强和设计理念持续创新的背景下，中国书法艺术逐渐成为现代海报设计的重要视觉资源。越来越多的设计师开始尝试将书法线条、汉字结构、笔墨肌理及书写节奏融入海报创作之中，让传统书法艺术重新焕发出时代的勃勃生机。

例如，在传统节日的春节、中秋、端午等主题宣传画中，书法字体已成为表现节日文化氛围的重要元素；在博物馆陈列和非遗宣传挂图中，书法艺术常与传统纹样、水墨绘画、篆刻印章等元素结合，共同构建具有东方审美特征的视觉形象；在城市文化品牌和文旅宣传设计中，许多作品借助书法艺术强化地域文化特色，提升城市文化形象的辨识度和传播效果。

与此同时，数字设计技术的发展也为书法艺术的现代应用提供了新的可能。数字毛笔、动态图形、三维视觉设计及人工智能辅助设计等新技术，使书法艺术能够突破传统纸本媒介的限制，在数字海报、交互媒体及新媒体传播中展现更加丰富的视觉表现形式。

尽管如此，目前中国书法艺术在现代海报设计中的应用仍存在理论研究相对滞后、设计方

法缺乏系统总结、视觉语言转化路径不够清晰等问题。部分作品虽然采用了书法元素，但更多停留于形式借鉴，对书法艺术所蕴含的文化精神、审美意境、视觉规律等未能得到充分体现。因此，有必要从视觉语言的角度，对中国书法艺术在传统文化主题海报设计中的应用机制进行深入研究，进一步探索书法艺术由传统书写语言向现代视觉设计语言的转化路径，为新时代传统文化主题海报设计提供更加科学、系统的理论依据和实践指导。

1.1.2研究意义

（1）理论意义

作为中华优秀传统文化的重要组成部分,中国书法是集文字、艺术、美学与哲学于一体的综合性艺术形式，其不仅具有独特的形式美感，更蕴涵着深厚的文化底蕴与美学价值。近几年，设计学科不断发展壮大。传统文化与现代设计的融会贯通研究逐步上升，但现有研究主要集中于传统图案、色彩、纹样及水墨艺术等视觉元素的应用，对于中国书法艺术视觉语言在现代海报设计中的系统研究仍相对不足，尤其缺乏从视觉语言构成、设计转换机制及文化表达等角度进行深入探讨。

研究对象为中国书法艺术，以设计传统文化题材的海报为实践载体，从视觉传达设计的角度分析书法艺术在线条、结构、章法、墨色、留白及文化意蕴等方面的视觉特征，探讨其向现代海报设计语言转化的规律与方法，进一步构建中国书法艺术视觉语言在传统文化主题海报设计中的理论框架。这不仅能够拓展中国书法艺术现代应用研究的广度，也有助于丰富视觉传达设计理论体系，为传统文化视觉化传播研究提供新的理论视角。

此外，这一研究是在传统文化与现代设计相互发展的时代背景下进行的，尝试从中国传统美学思想出发，探索书法艺术视觉语言与现代设计原则之间的内在联系，有助于推动设计学、书法学、美学及文化传播学等学科之间的交叉融合，为中国本土设计理论体系进一步完善提供一定的学术参考，也为中国特色设计理论的发展提供参考。

（2）实践意义

文化创意产业发展迅猛,数字媒体技术日新月异,传统文化题材海报成为重要的视觉媒介传播着中华优秀传统文化。优秀的传统文化主题海报不仅需要准确传达文化信息，更需要借助具有民族特色的视觉语言增强作品的艺术感染力和文化辨识度。中国书法艺术作为最具代表性的中国文化符号之一，中国书法艺术具有鲜明的视觉特征和独特的审美价值，提供了丰富的现代海报设计资源。

此研究是通过分析中国的书法艺术在传统文化主题海报设计里的应用方式，总结书法艺术视觉语言在文字设计、图形创意、版式构成、空间组织及文化表达等方面的设计规律，做好能为现代设计实践提供具有参考的价值设计方法和创新思路。这个研究成果也能更加有助于引导设计师深入地去理解中国书法艺术里的文化内涵，避免简单地将书法作为装饰性元素使用，而是通过对书法艺术精神、形式规律和审美特征的深入挖掘，能更好地实现传统文化元素的创造性转化和创新性表达，也就能更好地提升传统文化主题海报里的整体设计品质，使其更具意蕴。

同时，在数字媒体、社交平台和手机终端成为重要渠道的今天，传统文化主题海报的传播方式也不断发生变化。本研究结合现代视觉传播特点，探索中国书法艺术与数字设计技术、新媒体传播形式相结合的应用路径，对于提升传统文化视觉传播效果、增强公众文化认同、扩大中华优秀传统文化的社会影响力具有积极意义。

此外，本研究还可为文化创意产品设计、博物馆展览设计、非物质文化遗产宣传、城市文化品牌建设及公共文化视觉传播等相关领域提供设计借鉴，促进中国书法艺术在不同视觉传播媒介中的创新应用，也就能进一步推动中华优秀传统文化更好地融入进现代的社会生活里，从而实现了文化传承和设计创新之间的协同发展。

（3）社会意义

现在，随着全球各种不同的文化交流日益频繁起来，文化已经成为国家软实力中举足轻重的一环。如何能够借助现代的设计语言来讲好中国的故事、传播中华的优秀文化，是现在新时代视觉设计的重要使命。传统文化主题海报作为连接传统文化与公众的重要媒介，在增强文化自信、提升民族文化认同感以及塑造国家文化形象等方面具有重要作用。

中国书法不只是一种形式上的艺术，更是中华民族精神、审美观念和文化价值的重要载体。把我们中国的书法艺术融入到现代的海报设计当中，不仅仅是能够丰富海报作品的视觉表现形式，更能够使观众在欣赏设计作品的过程中感受中华优秀传统文化的独特魅力，增强文化认同和文化自信。

因此，本研究通过探索中国书法艺术视觉语言在传统文化主题海报设计中的应用价值，以此能更好地推动中华优秀传统文化在如今这新时代背景下实现创造性的转化和创新性的发展，也能促进传统的艺术和现代的设计之间深度融合，创造出新的艺术作品，还有也提升了中国设计作品里包含的文化内涵和国际传播地能力。同时，对于培养具有本土文化意识和国际设计视野的设计人才、推动中国特色现代设计体系建设以及提升中华文化国际影响力也具有一定的现实意义。

2. 中国书法艺术的视觉语言特征

中国书法可不仅仅只是一种文字书写艺术，它更是一种独特的视觉艺术形式。书法是中华优秀传统文化里的重要载体之一，它历经岁月形成了一个在长期发展中的完整艺术体系，其通过线条、结构、章法、墨色和空间布局等视觉元素，传递出的是丰富文化内涵和审美精神。从视觉传达设计的角度来看，书法艺术既有传播文字信息的作用，还具有塑造视觉形象、营造艺术意境和传递文化情感的重要作用。现代传统文化主题海报设计强调视觉识别与文化表达的统一，而中国书法艺术所具有的形式美、节奏美、空间美和意境美，恰好提供了丰富的资源给现代海报设计视觉语言里。因此，对中国书法艺术视觉语言特征进行系统分析，是探讨它在传统文化主题海报设计中应用的重要基础。

2.1线条语言的视觉表现

线条是作为中国书法艺术里最基本、最核心的视觉元素，更是构成书法艺术形式美的基础部分。书法是以毛笔来作为主要的书写工具，通过提、按、顿、挫、转、折等笔法变化中形成了富有生命力的线条语言。与现代设计中的几何线条相比，书法里的线条则更加具有丰富的情感表达能力和艺术感染力，它不仅表现出文字本身的结构关系，还体现了书写者的思想情感、精神状态和艺术修养。

书法线条最大的特点在于其动态变化。毛笔具有柔软而富有弹性的特性，使书写过程中能够形成粗细、轻重、快慢、浓淡等多种变化，产生极强的视觉节奏感。例如，篆书线条圆润匀称，给人以庄严古朴的既视感；隶书横画舒展、蚕头燕尾，具有典雅厚重的艺术气质；楷书结构严谨、笔画规范，体现出端庄稳重的形式美；行书则笔势流畅、收放自如，表现出自然灵动的节奏变化；草书线条奔放洒脱、连绵起伏，极富有运动气息和艺术张力。这些不同的书体所呈现出的线条特征，更是现代海报设计能够借鉴的多样化视觉表达方式。

在传统文化主题海报设计中,设计师可以根据不同主题选择具有相应艺术特征的书法线条。就例如，在表现中国传统节日文化的时候，可采用行书或楷书表现亲切、自然、庄重的文化氛围；在表现历史文化、博物馆展览等主题的时候，可运用篆书、隶书体现厚重的历史感；而又在戏曲、诗词、武术等主题中时，则可以借助草书或行草的自由笔势营造富有动感和艺术感染力的视觉效果。

此外，书法的线条还能具有较强的图形化和抽象性的特征。现代设计中，有越来越多的设计师不再是直接使用一个完整的书法作品了，而是将笔画、飞白、枯笔、水墨肌理等元素进行提炼和重构，使整幅作品成为更具有现代构成特征的图形语言。这种由书法线条向现代视觉图形的转换，不仅保留了传统书法的艺术特征，也更加增强了海报设计里的现代感、新鲜感和识别性。

2.2汉字结构与形式构成

汉字自古以来就是中国书法艺术的表现对象，其独特的造字规律和结构形式决定了书法艺术具有丰富的形式美感。从最开始的甲骨文到后来的篆书、隶书，再到楷书、行书和草书，汉字结构不断演变，在保持识别功能的同时形成了多样化的视觉形态。中国书法不仅强调单个汉字的造型美，更注重整体结构的平衡与协调，使文字既具有阅读功能，又具有艺术欣赏价值。

从设计学角度来看，汉字结构具有明显的构成特征。汉字中的上下结构、左右结构、包围结构和独体结构等不同组合方式，与现代平面设计中的点、线、面构成原理具有较高的一致性。书法家通过调整笔画粗细、重心位置、字形比例以及空间关系，使文字形成丰富的视觉变化，体现出“险中求稳”“欹正相生”“疏密有致”等艺术规律。这些规律对于现代海报设计中的字体设计和版式组织具有重要借鉴意义。

近年来，传统文化主题海报设计中的字体设计逐渐由电脑标准字体向具有文化特征的书法字体转变。设计师通常结合海报主题，再对相应书法字体进行合适的艺术加工，使字体既能保留传统书法中的文化韵味，又能更加符合现代视觉传播的审美需求。例如，在“二十四节气”主题海报中，可采用具有自然流动感的行书字体，体现节气变化的自然韵律；又在“非物质文化遗产”的主题海报中时，则可采用篆书或隶书增强作品的历史厚重感和文化辨识度。

此外，现代字体设计还常借鉴书法结构规律进行创新设计。设计师通过解构汉字笔画、调整字形比例、强化视觉重心以及融合图形元素，使传统书法字体形成新的视觉形象。这种设计方法不仅仅是丰富了现代字体设计里的表现形式，也更加使得了传统书法艺术在现代海报设计中获得新的生命力。

2.3章法布局与视觉秩序

章法作为中国书法艺术中处理整幅作品布局的重要方式，也是决定作品整体视觉效果高低的一个关键性因素。章法不仅关注单个文字的书写，更强调整幅作品中字与字、行与行以及整体空间之间的关系。优秀的书法作品往往能够通过合理的章法布局形成完整统一、富有节奏感的视觉秩序，使观者在阅读文字的同时获得艺术审美体验。

书法里的章法强调的是“疏可走马，密不透风”的空间原则，即通过文字大小、位置、方向及行列变化形成丰富的空间层次。在书法作品中的留白并非单单指简单的空白，而是整体构图中不可或缺的部分，它能够平衡画面节奏，引导观者视线，并营造含蓄深远的艺术意境。这种空间组织方式与现代海报设计中的版式设计理念高度一致。

现代传统文化主题海报设计十分重视版式构成和视觉层级。设计者可以借鉴书法章法的铺陈手法，打破传统居中式或网格化排版，通过文字疏密变化、大小对比和空间留白构建富有节奏感的视觉秩序，使画面既保持现代设计的简洁性，也反映了中国传统艺术特有的审美意蕴。同时，书法章法所体现的整体性原则也启示设计师在海报创作中处理好文字、图形、色彩与空间之间的关系，使得各个视觉元素能够形成统一而富有变化的整体效果。

2.4墨色变化与视觉层次

墨色变化更是中国书法艺术视觉语言里的重要部分，也是与其他文字艺术相区别的一个重要特点。中国书法虽然是以黑白为主要的表现形式，但通过毛笔、水分和墨量的变化，使其能够形成浓、淡、干、湿、枯、润等丰富的墨色层次变化，体现出独特的艺术魅力。古人提出“墨分五色”，强调墨色不仅具有书写功能，更具有塑造空间、表现情感和营造意境的重要作用。

从视觉表现来看，浓墨能够突出主体，增强画面的视觉冲击力；淡墨则具有柔和、含蓄的特点，能够丰富画面的空间层次；飞白、枯笔等笔墨效果则增强了线条的节奏感和艺术感染力，使作品更富有生命力。这些墨色变化共同构成了书法艺术丰富的视觉层次，也更能体现出中国传统美学追求的“以简驭繁”审美思想。

在传统文化主题海报设计中，墨色语言能够有效提升作品的文化氛围和视觉表现力。设计师可以利用墨色浓淡的变化建立画面的主次关系，通过水墨肌理和飞白效果增强作品的艺术质感，使得海报既能够保持现代设计里的简洁特点，又能体现出中国传统文化独有的审美意蕴。例如，在博物馆展览、传统节日、非物质文化遗产等主题海报中，常通过墨色渐变、水墨晕染和毛笔肌理营造深厚的文化意境，让观众感受到中国传统艺术在视觉体验上的独特魅力。

随着现在数字设计技术的高速发展，书法墨色的表现方式也更加丰富起来。数字绘图、水墨特效以及动态视觉设计，使传统墨色语言突破了纸质媒介的限制，能够在现代海报设计中表现出新的表现形式来。设计师应在尊重书法艺术本质的基础上，合理运用墨色变化，充分发挥其塑造视觉层次、营造文化氛围和传递艺术情感的作用，实现中国书法艺术和现代海报设计的有机结合。

3.中国书法艺术在传统文化主题海报设计中的视觉语言应用

中国的书法艺术是中华优秀传统文化里的重要部分和重要载体，不仅是具有着深厚的文化底蕴，其中还蕴含着自身独特的视觉语言体系。在传统文化主题海报设计中，书法艺术已不再仅仅只是简单的文字信息这一形式，而是成为塑造文化意象、传递审美精神和构建视觉风格的重要设计资源。设计师通过对书法线条、字体结构、章法布局、墨色肌理及文化意蕴的提炼与重构，使得传统书法艺术能够和现代设计理念相结合起来，在能增强海报视觉表现张力的同时，赋予作品更加鲜明的艺术感染力和文化特征。

3.1书法字体在主题形象塑造中的应用

在传统文化主题海报中，主题文字通常是视觉焦点，更是文化信息表达出来的重要载体。相比较于标准的计算机字体，肯定是书法字体具有更强的艺术表现力和辨识度，能够通过不同书体的风格特征准确传递作品主题与情感氛围。

在书法当中不同的书体具有着不同的视觉性格。就好比篆书线条圆润、结构均衡，能够体现古朴典雅的历史气息，适用于文物展览、历史文化、考古展示等主题；隶书庄重厚重，具有浓厚的人文气息，适用于传统节日、非物质文化遗产及经典文化宣传；楷书规范严谨，具有稳定、庄重的视觉效果，适于博物馆陈列、学术活动和宣传公共文化；行书自然流畅、富有节奏感，适用于诗词文化、节气文化及文旅宣传；草书笔势奔放、富有动感，更适用于戏曲艺术、

武术文化及现代文化创意海报。

在实际设计过程中，设计师通常不会直接复制书法作品，而是依据海报主题重新设计书法字体，使得文字既能保持传统书法的文化韵味，又能更加符合现代视觉传播的识别需求。例如，在春节主题海报中，“福”“春”“年”等文字往往采用具有浓厚书写感的行书或草书，通过笔势变化增强节日氛围；在博物馆主题海报中，则更多采用篆书、隶书等字体强化历史文化属性。

书法字体不仅承担着传递信息的功能，更通过其形式语言构建文化形象，使观众在阅读文字之前便能够感受到作品所蕴含的文化气质，从而提升海报的视觉辨识度，也提升海报的文化感染力。

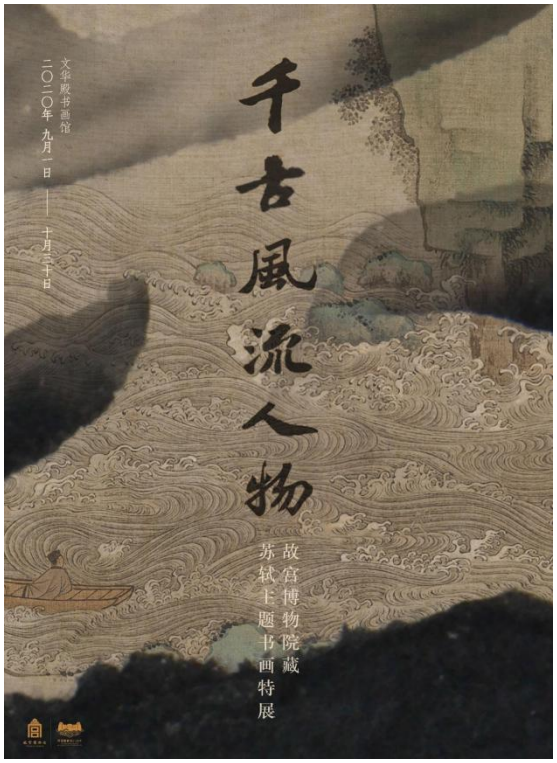
3.2 笔墨语言的图形化表达

中国书法艺术中的笔墨语言不仅仅是体现在了线条本身，更体现在提按、顿挫、飞白、枯润及墨色变化等细节之中。这些具有高度艺术性的视觉特征，提供了现代海报设计中丰富的图形创意设计资源。

现代设计强调图形语言的概括性与象征性，因此越来越多设计师开始将书法笔画进行抽象化处理，使得其由文字语言转化为了图形语言。例如，将书法中的长横、飞白、圆转等笔势提炼出来，与山川、流水、祥云、竹叶等传统文化意象结合，形成了更加具有东方审美特征的视觉图形，使得作品在保持现代设计简洁性要求的同时，体现出中国传统文化里特有的精神内涵。

此外，墨迹、水墨晕染、飞白效果及毛笔肌理等元素也广泛应用于传统文化主题海报之中。这些肌理效果能够增强画面的层次感和空间感，使海报具有手工艺术的温度和东方艺术特有的韵律美。例如，在茶文化、书画展览及传统诗词海报中，设计师常采用墨色渐变、水墨扩散等方式营造自然含蓄的视觉氛围，使作品更具艺术感染力（如图 1）。

值得注意的是，现代海报设计中的书法图形化并非简单复制传统书法，而是在尊重书法艺术规律的这个基础上进行的再创造。通过数字技术、矢量图形及视觉构成方法，书法艺术也在此获得了新的表现形式，实现了传统艺术语言向现代视觉语言的有效转换。



图一：千古风流人物
资料来源：故宫博物院藏苏轼主题书画特展

3.3 章法布局与现代版式设计

中国的书法作品是十分重视整体章法上的布局，其强调文字之间、行列之间以及整体空间之间的协调关系，通过对它们的疏密变化、大小对比、虚实结合来形成富有节奏感的视觉规律。这一布局理念与现代海报设计中的版式构成具有高度一致性。

现代传统文化主题海报设计越来越重视版面的整体组织，而不仅关注局部元素的装饰效果。设计师借鉴书法章法中的空间组织方式，打破传统网格排版模式，使文字、图形、色彩和留白形成更加自然流畅的视觉关系。例如，在传统诗词主题海报中，采用竖向文字排列和不规则布局，模拟书法长卷的阅读节奏，让观众得到更加身临其境的视觉感受；在传统节日海报中，通过大面积留白突出主题文字，借助疏密变化形成视觉重心，使得作品能更加富有东方的艺术气息。

书法里章法很是强调整体统一中的规律变化，这是对于现代海报设计中具有重要的启示作用。设计师不仅要关注单个视觉元素的表现，更应从整体视觉节奏出发，通过合理控制元素之间的比例关系和空间关系，增强作品的整体美感和阅读效率。

3.4 留白艺术与文化意境的营造

留白则是中国书法艺术中的重要美学特征，更是中国传统艺术里区别于西方构图方式不同的重要表现形式。书法中的留白并非画面的空缺，而是通过这一“计白当黑”的美学理念，使空白与文字共同构成完整的艺术空间，从而激发观者的联想与思考。

在传统文化主题海报设计中，留白不仅具有平衡画面、突出主体的作用，更能够营造深远含蓄的文化意境。适度的留白更能使画面的形成具有视觉呼吸感，避免信息过度堆积，同时又了增强观众的参与感和对其的想象空间。就比如，在以山水、诗词、禅意等等为主题的海报设

计当中，使用大面积的留白常和简洁的书法文字、水墨图形互相结合，通过有限的视觉元素表达无限的文化意境，体现中国传统美学“虚实相生”“以少胜多”的审美理念。

现代设计中，留白已成为提高信息识别效率的重要设计方法。当留白思想与书法艺术融为一体的时候，不仅能够优化版式布局，更是能够强化优秀传统文化里的精神表达，使海报作品兼具现代设计的功能性与东方艺术的诗意特征。

3.5 中国书法艺术在传统文化主题海报设计中的创新发展路径

现如今面对着数字媒体高速发展的传播环境，中国书法艺术在传统文化主题海报设计中的应用应进一步实现传统艺术与现代科技的融合。设计师更加应该深入地去了解书法艺术中的文化精神，而不是停留于字体形式的简单借用，从书法的线条、章法、墨韵、留白及审美思想中提炼设计语言，形成具有文化深度的现代视觉表达。

同时，应充分借助数字设计、动态图形、人工智能辅助创作及交互媒体等技术，实现书法艺术在数字海报、动态海报及沉浸式展示中的创新应用，拓展传统文化传播的媒介形式。此外，还更应该加强书法艺术与现代国际设计语言的有机结合，在保持民族地域文化特色的基础上提高作品的国际传播能力，减少同质化影响，使得中国书法艺术能够成为展示中华文化独有魅力的重要符号。

总的来说，中国书法艺术运用在传统文化题材海报的设计上，不应仅停留于形式借鉴，而应深入挖掘其视觉语言和文化精神，通过现代设计理念实现创造性转化，使得传统艺术在新时代视觉传播中焕发出蓬勃的新生命力,成为中国特色现代视觉设计体系源源不断的文化推动力。

4. 结论

中国书法艺术不仅承载着汉字书写的实用功能，更承载着中华民族的审美观念、哲学理念，文化精神也得以更加凝聚。随着现代文化自信心的不断增强,传统文化创造性的转化和创新性发展在不断进步,中国传统文化艺术的价值也随之越来越凸显。传统文化主题海报作为传播中华优秀传统文化里的重要媒介，不仅仅是需要满足信息传播的这些基本的功能，也应该更多地通过丰富的民族特色视觉语言来展示独特的中华文化韵味。所以，深入地研究中国书法艺术在传统文化主题海报设计中的视觉语言及其应用方式,对促进传统文化与现代设计的深度融合,既有理论意义,也有现实的价值。

此研究对象为中国书法艺术，以传统文化主题海报设计为研究载体，从视觉语言的角度对中国书法艺术在现代海报设计中的应用进行了系统分析。研究认为，中国书法艺术所具有的线条语言、汉字结构、章法布局、墨色变化、留白空间以及文化意蕴等视觉特征，与现代海报设计中的图形构成、版式设计、视觉层次和情感表达之间具有较高的契合性。书法艺术不仅能够提升海报作品的艺术表现力，更能够增强作品的文化辨识度，使传统文化主题海报在传播信息的同时，也传递出更加丰富的审美内涵和文化价值。

在传统文化主题海报设计实践中，中国书法艺术已逐渐由单纯的文字表现形式发展成为重要的视觉设计语言。通过书法字体设计、笔墨语言的图形化表达、章法布局与现代版式设计的融合、留白艺术的创新运用以及传统文化意象的重构，书法艺术能够有效塑造作品的文化气质和视觉风格，使海报实现了传统文化精神在现代设计语境中的创造性表达。同时，优秀的传统文化主题海报不仅应借鉴书法艺术的外在形式，更应该深入地挖掘其背后存在的文化精神、美学思想和艺术规律，实现由“形式借用”向“文化表达”的转变，从而促进设计作品的思想深度和艺术价值的提升。

随着现在数字媒体、人工智能和新媒体传播技术的高速发展，中国书法艺术在传统文化主

题海报设计中的应用方式也将不断拓展。未来，设计师应积极探索书法艺术与数字视觉、动态图形、交互媒体以及智能设计技术的融合路径，在保持住中华优秀传统文化精神内涵的这一基础上，构建出更符合新时代传播需要的视觉表达方式，使得中国的书法艺术在数字传播这一现代环境中焕发蓬勃的新生命力。与此同时，更应该进一步的加强中国传统美学理论和现代设计方法的有机结合，从而能够形成具有中国特色和时代精神的视觉设计体系，不断地提升中国文化的文化影响力和国际传播能力。

在此由于本文主要采用的是文献研究、理论分析和案例分析的这些方法，对中国书法艺术在传统文化主题海报设计中的视觉语言进行了较为系统的梳理，但在案例数量、设计实践验证及用户视觉感知评价等方面仍存在一定局限。未来研究可进一步结合设计实验、问卷调查、眼动追踪、用户体验分析等研究方法，对不同书体、不同视觉语言形式以及不同文化主题海报的传播效果进行量化分析，并结合数字媒体设计、人工智能辅助创作及跨文化传播等新的研究方向，能够进一步的完善中国书法艺术在现代视觉传达设计中的理论体系和应用模式，为现代传播和创新发展中华优秀传统文化提供更为坚实的理论支持和实践基础。

5. 参考文献

[1]魏群、吴静（2025）。传统书法艺术在海报设计中的审美应用分析。*中国包装*, 122-125。

[2]傅小龙、李旭镒（2024）。海报设计中书法字体的情感化表达形式探微。*丝网印刷*, 48-51。

[3]林伟欣、孔祥彪（2024）。书法字体在电影海报设计中的运用。网印工业，29-31。

传统剪纸符号在现代包装设计中的解构与重组设计研究

Deconstruction and Reconstruction of Traditional Paper-cut Symbols in Modern Packaging Design

作者 （陆欢） 泰国南邦国际科技学院 国际学院 邮箱：207192504@qq.com

LuHuan, International College, Lampang Inter-Tech College, Thailand.Email:207192504@qq.com

摘要：中国传统剪纸艺术作为非物质文化遗产的重要组成部分，承载着丰富的视觉符号与文化内涵。本文以符号学与解构主义理论为方法论基础，系统探讨传统剪纸符号在现代包装设计中的解构与重组设计路径。研究首先对剪纸的造型纹样、色彩体系与构图形式进行分层解构分析，进而提出参数化建模与数字化重组的技术方法，并通过完整的设计实践验证所构建方法体系的可行性。研究结果表明，通过对剪纸符号的语义剥离、形态提炼与数字重构，能够在保留文化内核的同时赋予现代包装设计新的视觉表达语言，实现传统文化价值的当代转化与商业应用。

关键词：剪纸符号；包装设计；解构重组；数字化设计；视觉传达

Abstract: As an important part of intangible cultural heritage, traditional Chinese paper-cut art carries rich visual symbols and cultural connotations. Based on the methodological foundation of semiotics and deconstruction theory, this paper systematically explores the deconstruction and reconstruction design path of traditional paper-cut symbols in modern packaging design. The research first conducts a layered deconstruction analysis of paper-cut modeling patterns, color systems, and composition forms, then proposes parametric modeling and digital reconstruction methods, and finally verifies the feasibility of the constructed methodology through complete design practice. The results show that through semantic stripping, morphological refinement, and digital reconstruction of paper-cut symbols, a new visual expression language for modern packaging design can be created while preserving the cultural core, realizing the contemporary transformation and commercial application of traditional cultural values.

Keywords: paper-cut symbols; packaging design; deconstruction and reconstruction; digital design; visual communication

1 引言

在全球化与消费主义文化深度交织的当代语境下，产品包装已从单纯的商品保护与运输功能，演变为品牌文化叙事与消费者情感连接的核心媒介。包装设计不再仅仅解决"如何装"的技术问题，而是承担起"如何表达"的文化使命。与此同时，随着"国潮"消费浪潮的兴起与中国文化自信的不断增强，将本土传统文化元素融入现代设计已成为一股不可逆转的趋势。据相关市场调研数据显示，超过65%的年轻消费者表示愿意为具有中国传统文化元素的包装设计支付溢价，这为传统视觉符号的现代转化提供了广阔的市场空间[1]。

1.1 研究背景及意义

中国传统剪纸艺术作为中国民间美术中历史最悠久、流传最广泛、群众基础最深厚的艺术形式之一，早在 2006 年即被列入第一批国家级非物质文化遗产名录。剪纸艺术以其独特的镂空语言、丰富的纹样体系和鲜明的地域风格，构建了一套极具辨识度的视觉符号系统。据统计，中国剪纸在 2024 年全球文化创意产业中的相关产品市场规模已超过 120 亿元人民币，且年增长率保持在 15%以上[2]。然而，在当前包装设计实践中，剪纸元素的应用大多停留在直接的纹样复制与简单的贴图式装饰层面，缺乏对剪纸视觉符号深层次语义的挖掘与现代设计语言的创造性转化，导致最终设计效果同质化严重，既未能充分释放剪纸艺术的文化价值，也未能有效提升包装设计的审美品质。

本研究的理论意义在于：将解构主义设计方法论引入传统剪纸符号的现代转化研究，构建从"符号拆解—语义提取—数字重构—包装适配"的完整设计方法体系，填补传统手工艺视觉符号向现代商业设计转化的理论空白。实践意义在于：为包装设计师提供一套可操作的剪纸符号解构重组设计工具，推动非物质文化遗产在设计领域的创造性转化与创新性发展。

1.2 国内外研究现状梳理

国外学者对民间艺术视觉符号在现代设计中的应用研究起步较早。 日本设计界在传统纹样现代化方面积累了丰富经验，田中一光等人提出的"传统图形现代演绎"理念对亚洲设计产生了深远影响。欧洲学者如法国符号学家罗兰 • 巴特在其著作《符号帝国》中分析了东方视觉符号系统的表意特征，为跨文化设计符号研究提供了理论参照。近年来，Youwei Yan等人（2024）对过去十年间剪纸艺术的当代应用进行了系统的文献综述，指出剪纸作为一种"地方智慧与文化遗产"，正在全球设计领域中展现出新的生命力[1]。

国内学术界对剪纸艺术与包装设计结合的研究呈现出逐年增长的态势。曹又允（2009）从符号学角度系统解析了中国民间剪纸艺术，为剪纸符号的视觉传播研究奠定了理论基础。蒲嬰（2020）探讨了民俗剪纸元素在现代设计中的应用，指出剪纸与包装的结合为传统民间艺术提供了新的传承载体。黄洁莹（2021）以中国剪纸为对象，研究了其在当代设计中复兴的机遇与路径，通过对设计师和消费者的双重调研，发现剪纸包装设计在文化认同感和视觉吸引力方面具有显著优势[2]。张哲与徐江（2024）进一步提出了传统剪纸艺术符号与现代图案设计融合的智能重构生成机制，开启了剪纸符号数字化设计的新方向[3]。

在符号学与包装设计的交叉研究领域，许定生与刘钰（2021）从符号学视角出发， 系统

解构了包装设计中的符号要素，从语义传达角度分析了包装符号的功能与内涵，强调语境对符号解读的重要性[4]。Huo Jiang 等人（2025）则从跨文化视角分析了包装设计中文化符号的误读风险与设计策略，指出传统符号在现代化转译中需要建立系统的设计方法论以避免语义流失[5]。

然而，梳理现有文献可以发现，目前的研究多集中于剪纸元素的表面应用层面，对于剪纸符号的深层解构方法论、系统化重组策略以及与数字化设计工具的融合路径缺乏深入探讨。本研究正是在这一学术空白的基础上展开。

1.3 研究内容与研究方法

本研究以传统剪纸符号为研究对象，以现代包装设计为应用场景，围绕"解构—重组—应用"的核心逻辑展开研究。研究内容包括四个层面：一是对传统剪纸符号视觉体系进行系统的分层解构分析，包括造型纹样、色彩体系与构图形式；二是构建剪纸符号数字化重组设计的方法论框架，涵盖参数化建模流程、多元重组表现形式与包装适配优化策略；三是通过完整的设计实践验证所建方法体系的可操作性；四是对设计成品的受众反馈进行评估，验证解构重组策略的有效性。

在研究方法上，本研究综合运用了以下方法：文献研究法，通过系统梳理剪纸艺术、解构主义设计、参数化设计、包装设计等领域的相关文献，构建研究的理论基础；符号分析法，运用皮尔士符号学理论对剪纸视觉符号进行能指与所指的二元分析；案例研究法，收集并对比分析国内外剪纸元素包装设计的典型案例；设计实践法，基于研究结论开展从符号提取到成品输出的完整设计流程。

1.4 研究创新点

本研究的创新之处主要体现在以下三个方面：第一，提出"分层解构—参数化重组"的设计方法框架，将传统剪纸符号的现代转化从经验层面的"感觉式应用"提升为可操作、可复制的设计方法；第二，将参数化设计工具引入剪纸符号的重组过程，建立剪纸纹样参数化模型库，实现传统纹样的数字化保存与智能化衍生；第三，构建了剪纸符号"文化语义—视觉形态—包装载体"三元适配评估模型，为传统符号的商业化应用提供了科学化的决策工具。

2 相关理论基础

2.1 传统剪纸符号视觉体系概述

中国传统剪纸艺术源远流长，其历史可追溯至汉代纸张发明后的民间镂空工艺。经过近两千年的发展演变，剪纸艺术已形成了一套丰富而完整的视觉符号体系。从符号学视角审视，剪纸符号由"能指"（即具体的视觉形态——线条、块面、镂空图案）与"所指"（即文化寓意——吉祥、祈福、辟邪）两个维度构成，两者之间的对应关系根植于中国民间文化的深层结构之中。

剪纸符号的视觉体系可以从三个层面加以把握。在造型纹样层面，剪纸涵盖了人物纹（如门神、娃娃）、动物纹（龙、凤、鱼、鹿、蝙蝠）、植物纹（牡丹、莲花、梅兰竹菊）、几何纹（方胜、回纹、万字纹）以及文字纹（福、禄、寿、喜）等五大类纹样。每一类纹样都承载着特定的吉祥寓意与民俗功能。在色彩体系层面，传统剪纸以单色为主，红色为最主流的色彩选择，此外亦有黑色、蓝色、紫色、金色等区域性色彩传统。在构图形式层面，剪纸艺术发展出对称式、连续式、适合式、散点式等多种构图法则，形成了独具东方美学特色的画面组织方式。

非物质文化遗产数字化转型的三阶段框架——数字化采集、数字化应用与数字生态系统构建，为剪纸艺术的系统性数字化保护与创新提供了理论参照[6]。该框架强调，传统手工艺的数字化不应止步于简单的影像记录，而应进入"适应现代美学"的深层转化阶段。

2.2 解构主义与符号学设计理论

解构主义（Deconstruction）起源于 20 世纪 60 年代法国哲学家雅克 •德里达的哲学思想，后经建筑与设计领域的发展，演化为一种重要的设计方法论。解构主义设计的核心要义在于：打破既定结构、消解中心权威、重新审视元素之间的关系。在设计实践中，解构不是"破坏"，而是"拆解—分析—重组"的创造性过程。区域文化包装设计研究中明确指出，"拆解与重组是现代包装设计中体现区域文化的实用方法"，通过对文化符号的系统性解构与创造性重组，能够在保留文化基因的同时实现现代审美转化[7]。

将解构主义方法论应用于传统剪纸符号的现代转化，意味着需要完成三个关键步骤：第一步是"剥离"，即将剪纸符号从原有的民俗语境中抽离出来，审视其作为独立视觉元素的形态特征；第二步是"分析"，即对剥离后的符号进行形态构成、视觉规律与语义内涵的逐层解析；第三步是"重构"，即按照现代设计美学与包装载体的功能需求，对解构后的符号元素进行重新

组合与再创造。这一过程不是对传统的否定，而是对传统的创造性延续。

与解构主义密切相关的是符号学理论。美国符号学家查尔斯·桑德斯·皮尔士提出的符号三分法——符号（representamen）、对象（object）与解释项（interpretant）——为剪纸符号的语义分析提供了有效的分析工具。剪纸中的每个纹样都是一个符号，其与所指文化意义之间的关联方式既有"象似性"（如蝙蝠纹样似蝙蝠，谐音"福"），也有"指示性"（如红色指向喜庆），还有"象征性"（如龙纹象征皇权与吉祥）。理解这些不同层次的符号关联方式，是进行有效解构与重组的前提。2025 年发表的符号学视角下文创产品视觉包装设计研究进一步指出，当前传统文化符号的现代转译面临"符号转译浅表化、编码同质化、解码障碍、载体适配失衡"等四重困境，需要通过系统的符号解构与转译策略来突破[8]。

2.3 参数化与计算机辅助设计理论

参数化设计（Parametric Design）是一种基于算法逻辑的设计方法，其核心在于将设计元素转化为可调节的参数变量，通过改变参数值生成不同的设计方案。这一设计范式为传统纹样的现代转化提供了强大的技术支持。在剪纸符号的重组设计中，参数化方法可以将剪纸纹样的关键形态特征——如线条曲率、镂空比例、对称轴数、纹样密度等——转化为可量化的参数，通过参数调节实现纹样的快速变体生成。

在计算机辅助设计领域，已有学者开展了传统艺术图案数字化建模的研究。李岩（2007）提出了面向特征的传统艺术图案建模技术，通过对图案形状与艺术特征的分析归纳，在计算机中实现传统图案的存储、处理与展示。吴思熠等（2024）以宝相花纹样为案例，提出了参数化建模与形态衍生方案，实现了不同形制纹样的自动生成[9]。李敏等人（2023）提出了"以形状文法为导向的参数化传统纹样设计技术"，通过将形状文法推演规则转译为参数化语法表达，实现了对传统纹样衍生过程的系统化控制[10]。池宁骏与谢佳阳（2022）以马家窑旋涡纹为例，利用参数化设计方法重构传统纹样的结构衍生逻辑，探索了传统纹样在现代设计中的创新应用路径[11]。

2025 年发表的传统团窠纹参数化建模研究进一步验证了 Rhino 与 Grasshopper 平台在传统纹样数字化重构中的适用性，研究团队通过形态分析法对纹样进行解构，利用参数化建模软件实现了纹样的最小单元建模与形状文法推导变换[12]。与此同时，基于图像处理驱动的传统图案建模与重构技术也在快速发展，2025 年提出了基于双通道检测与 B样条分析的传统图案建模方法，实现了从图像到参数化模型的自动化转化[13]。

同时，随着人工智能生成内容（AIGC）技术的快速发展，深度学习模型在图案识别、纹样生成与风格迁移方面展现出强大潜力，为剪纸符号的智能化设计开辟了新的可能性。

2.4 现代包装设计审美与载体特征

现代包装设计已形成了一套成熟的审美体系与功能规范。在审美层面，当代包装设计呈现出"极简主义"与"国潮复兴"并行的双轨格局。极简主义强调少即是多，追求简洁的视觉语言与克制的色彩运用；国潮风格则倾向于浓墨重彩地表达中国传统文化元素，追求视觉冲击力与文化辨识度。剪纸符号的解构重组设计需要在这两种审美取向之间找到平衡点。

在载体特征层面，包装设计的实现受到材料、工艺、成本等多重因素的制约。不同的包装材质（纸质、塑料、玻璃、金属、布料）对印刷工艺与视觉效果有不同的适配要求；不同产品类型（食品、化妆品、茶叶、酒类、电子产品）对包装的风格定位与消费者认知也有不同的期待。因此，剪纸符号的重组设计不能脱离具体的包装载体语境，需要在"文化表达"与"功能适配"之间做出审慎的权衡。

吴诗林（2022）在其研究中以化妆品包装设计为例，结合无线通信与人工智能技术，探索了传统剪纸艺术在化妆品包装中的创新应用。研究表明，消费者对融合剪纸元素的化妆品包装具有显著的文化认同倾向，剪纸元素的应用能够有效提升产品的文化附加值[14]。刘希宇（2024）则从品牌视觉设计的角度探讨了剪纸艺术的转化路径，指出剪纸艺术流畅的线条与多变的造型使其在包装设计中具有广阔的应用空间，设计师可以通过工艺创新将剪纸图案巧妙地呈现在包装表面[15]。

3 传统剪纸符号分层解构分析

3.1 剪纸造型纹样元素拆解

剪纸造型纹样的解构是整体研究的基础环节。本环节的核心任务是将复杂的剪纸纹样还原为基本的构成单元，分析其形态特征、结构逻辑与语义内涵，为后续的数字化建模与重组设计提供元素库。

从形态学角度分析，剪纸纹样可以拆解为"点、线、面"三个基本视觉元素层级。点是剪纸中最小的视觉单元，如锯齿纹的齿尖、梅花的花蕊；线是构成剪纸轮廓与内部装饰的核心元素，包括直线、曲线、折线、锯齿线等；面则是通过线条围合形成的区域，可分为实体面（纸面）与虚空面（镂空面），两者之间的虚实关系构成了剪纸特有的"正负形"视觉游戏。这种点、线、面的层级结构与现代平面设计中的构成原理高度一致，为剪纸符号向现代设计语言的转化

提供了天然的方法论桥梁。

在纹样类型层面，可以将剪纸纹样进一步拆解为"独立纹样"与"连续纹样"两大类。独立纹样包括团花、角花、适合纹样等自成一体的图案单元；连续纹样则包括二方连续、四方连续等可无限重复的装饰带。通过对纹样构成规则的提取——如对称轴数量、重复单元尺寸、连接方式等——可以建立起纹样的参数化描述体系。例如，典型的团花剪纸通常具有 4 轴、6 轴或 8 轴的辐射对称结构，其纹样单元沿圆周方向重复排列，形成一个完整的圆形构图。将这些结构规则量化后，即可通过参数调节实现不同风格团花的自动生成。

语义层面的解构同样不可忽视。每一个剪纸纹样都承载着特定的文化寓意：蝙蝠与"福"同音，鹿与"禄"相通，鱼与"余"谐音，莲花与"连"同音。这种"图必有意，意必吉祥"的符号表意传统，构成了剪纸艺术独特的文化编码系统。在解构过程中，需要对每个纹样的语义层级进行标注，区分"直接指代"（如喜鹊直接代表喜庆）、"谐音指代"（如"蝠—福"）与"象征指代"（如牡丹象征富贵）三种不同类型的语义关联方式。这种语义层级的区分对于后续的重组设计至关重要——直接指代的符号适用于需要明确文化信息的场景，而象征指代的符号因其语义的开放性，更适合用于追求含蓄美感的现代设计。

王锋（2025）在对敕勒川剪纸艺术的研究中指出，剪纸图案纹样是多民族文化交融的产物，其造型特征中积淀了农耕文明与游牧文明的双重审美基因[16]。这一发现提示我们，在解构剪纸符号时，不能忽视其背后复杂的地域文化与民族融合背景，而应将纹样置于其生成的文化生态中进行理解。

3.2 剪纸传统色彩体系解构

色彩是剪纸艺术最具辨识度的视觉要素之一。传统剪纸的色彩体系根植于中国传统的"五色观"——青、赤、黄、白、黑五正色，这一色彩体系与五行学说相对应，构成了中国传统美学色彩观的底层逻辑。在剪纸艺术中，红色占据了绝对的主导地位，这与红色在中国文化中象征吉祥、喜庆、辟邪的丰富文化内涵密切相关。

然而，剪纸的色彩运用并非单一的红色所能概括。从地域分布来看，北方剪纸以红色、黑色为主，陕西剪纸中的黑色剪纸具有独特的神秘美感；南方剪纸则色彩更为丰富，福建漳浦剪纸中常出现金色与彩色的搭配。从功能场景来看，节庆类剪纸以红色为主，丧葬类剪纸则多用白色、蓝色或黑色。不同色彩选择反映了剪纸艺术在不同地域、不同场景中的文化调适。沈寿东（2022）在中国民间美术色彩研究中指出，民间美术色彩的表现功能超越了单纯的视觉装

饰，承载着丰富的审美价值与文化内涵[17]。

在解构重组设计中，对传统色彩的运用策略需要超越简单的"复制"思维。一方面，可以提取传统剪纸色彩体系中的典型色值（如中国红、墨黑、金色等），建立剪纸专属色彩库；另一方面，可以根据现代包装设计的审美需求，对传统色彩进行明度、纯度、色相的适度调整，如在保留红色为主色调的前提下，引入灰色、米色、藏蓝等现代感更强的辅助色，在传统韵味与现代感之间建立视觉平衡。

3.3 剪纸经典构图形式分析

构图形式决定了剪纸作品的整体视觉结构，也是影响剪纸符号包装应用适配性的关键因素。通过对大量经典剪纸作品的分析，可以归纳出以下几种核心构图形式：

对称式构图是剪纸艺术中最具代表性的构图形式。剪纸的对称轴可以是一条（左右对称）、两条（十字对称）或多条（辐射对称）。对称构图赋予剪纸作品稳定、庄重、严谨的视觉感受，尤其适合作为包装的主体装饰纹样。连续式构图则通过纹样的重复排列形成装饰带，常见于窗花的上沿或器物的边饰，这种构图形式适合应用于包装的边缘装饰或封口条设计。

适合式构图是指纹样在一个预设的几何形轮廓（如圆形、方形、扇形、菱形）内进行布局，纹样随形就势、疏密有致。适合式构图的这一特点使其天然适合包装设计的"面域装饰"需求——产品包装的正面、顶面、侧面等规则形状区域，均可采用适合式构图进行装饰。散点式构图则打破了严格的对称与连续规则，纹样以自由散布的方式分布在画面中，呈现出更加灵动、自由的视觉效果，适用于追求现代感与个性化的包装设计。

对构图形式的解构分析最终要服务于重组设计。通过对构图规则的提取与参数化，设计师可以将剪纸的经典构图形式转化为可调节的"布局模板"，在保留剪纸构图美学特征的前提下，根据包装载体的实际尺寸与形状进行灵活调整。

4 剪纸符号数字化重组设计路径

4.1 剪纸符号参数化建模流程

剪纸符号的参数化建模是将传统手工艺视觉语言转化为数字化设计资源的核心环节。本研究提出的参数化建模流程包含四个步骤：符号采集与分类、特征参数提取、参数化模型构建、模型验证与迭代。

第一步，符号采集与分类。通过文献资料搜集、博物馆藏品研究、民间艺人访谈等多种

渠道，系统采集不同地域、不同时期、不同类型的剪纸纹样，建立剪纸符号资源库。对采集到的纹样按照造型类型（动物、植物、人物、几何、文字）、地域风格（北方粗犷、南方细腻）、功能用途（窗花、礼花、刺绣样稿）等多个维度进行分类标注。

第二步，特征参数提取。对每个分类下的纹样进行形态学分析，提取关键特征参数。以动物纹样中的"蝴蝶"为例，可提取的参数包括：翅膀外轮廓曲率（反映蝴蝶翅膀的圆弧度）、翅膀内部镂空图案密度（反映装饰繁复程度）、对称轴角度（反映蝴蝶展翅姿态）、触角长度与弯曲度等。这些参数共同构成了一个纹样的"数字基因"。池宁骏与谢佳阳（2022）在马家窑旋涡纹的参数化研究中，通过提取纹样结构规则并将其转化为函数曲线控制点坐标参数，成功实现了纹样结构的参数化重建[11]。

第三步，参数化模型构建。基于提取的特征参数，利用参数化设计软件（如Grasshopper、Processing 等）建立纹样的参数化生成模型。模型的核心逻辑是：以参数变量为输入，通过预设的算法规则生成对应的纹样形态。例如，对于团花纹样，可设定"对称轴数 N""基础单元形状 S""重复角度 A""半径 R"等参数，通过旋转复制与组合生成完整的团花图案。参数之间的约束关系（如纹样密度与镂空比例之间的负相关关系）也需纳入模型规则之中。2025 年发表的壮锦蟒龙纹参数化研究中，研究团队借助Grasshopper参数化工具实现了纹样的数字化重构，通过参数化编程与推演转化，精准控制了纹样基因的传承与逻辑创新[18]。

第四步，模型验证与迭代。将参数化模型生成的纹样与原始剪纸纹样进行对比分析，评估形态相似度与美学质量。根据评估结果对参数设置与算法规则进行迭代优化，直至生成结果满足设计要求。经过反复迭代验证后的参数化模型，可以作为一个"纹样生成器"投入使用，设计师通过调节参数即可快速获得大量纹样变体。

4.2 剪纸符号多元重组表现形式

在完成剪纸符号的参数化建模后，如何将数字化符号以恰当的形式重组到包装设计中，是决定设计品质的关键环节。本研究归纳出以下几种主要的重组表现形式：

第一，"碎片重组"形式。将解构后的剪纸符号碎片（如独立的锯齿纹、花瓣纹、云纹等）按照现代构成法则进行重新组合，打破原有纹样的完整形态，追求碎片化、偶然性、冲突感的视觉效果。这种表现形式适合追求前卫、个性的包装设计，尤其适用于年轻消费群体定位的产品。Xiyu Liu（2024）在其研究中指出，剪纸艺术流畅的线条与多变的造型使其在品牌视觉设计中能够发挥"传统与现代之间的桥梁"作用，碎片重组正是实现这一桥梁功能的有效手段[15]。

第二，"层叠透叠"形式。利用剪纸镂空的本质特征，将多个层次的剪纸符号进行叠加重组，通过不同层级的镂空与实体之间的透叠关系，营造出丰富的空间层次感。在现代包装印刷中，可以通过烫印、击凸等特殊工艺实现这种层叠效果，提升包装的触觉体验。

第三，"渐变演化"形式。将剪纸符号从传统形态向现代形态进行渐变过渡处理，如从具象的动物纹样逐步演变为抽象的几何线条，或者从满密的传统装饰风格渐变为疏朗的现代简约风格。渐变演化形式能够在一件包装上同时呈现传统与现代两种美学特征，形成独特的视觉叙事效果。

第四，"局部植入"形式。将完整的剪纸符号作为包装的视觉焦点局部植入，与大面积留白或现代图形形成对比。这种"以少胜多"的策略既保留了剪纸符号的完整性与可识别性，又符合现代极简主义设计的审美取向，是当前剪纸包装设计中最具商业可行性的策略之一。王子怡与王晨（2023）在徐州剪纸包装设计研究中指出，将剪纸元素贯穿于系列包装设计中，使整个系列具有统一而独特的视觉形象，是提升品牌辨识度的有效策略[19]。

4.3 重组纹样适配包装优化策略

重组纹样与包装载体之间的适配优化，是实现设计从"好看"走向"好用"的关键环节。本研究从以下几个维度提出适配优化策略：

在尺度适配维度，不同包装类型对纹样的尺度要求存在显著差异。小尺寸包装（如化妆品盒、茶叶小包装）适合采用局部植入或微小连续纹样，避免纹样过于密集导致视觉混乱；大尺寸包装（如礼盒、手提袋）则可运用完整的适合式构图或大面积连续纹样，充分发挥剪纸的装饰效果。建议建立"包装尺寸—纹样尺度"对应关系表，为不同规格的包装推荐适配的纹样尺度范围。

在工艺适配维度，不同的印刷与后加工工艺对纹样设计有不同的约束。胶版印刷对细线条的还原精度有限，细于0.15mm 的剪纸线条可能出现断线问题；烫金工艺适合块面较大的纹样元素；击凸工艺则对纹样的轮廓清晰度有较高要求。重组纹样的设计应将目标包装工艺的约束纳入参数化模型， 自动生成满足工艺要求的设计方案。

在色彩适配维度，重组纹样的配色方案应与包装的整体色彩策略协调统一。剪纸的红色主调可以通过降低纯度或改变色相的方式与不同产品品类产生不同的视觉联想：红金配色营造高端奢华感，适合高档礼品；红白配色营造清新雅致感，适合食品与日用品；红黑配色营造稳重力量感，适合男性消费品或文化产品。

4.4 新旧剪纸包装视觉案例对比

为验证解构重组设计方法的有效性，本节选取了传统剪纸包装与应用解构重组策略的现代剪纸包装进行对比分析。传统剪纸包装设计多采用"贴图式"策略——将现成的剪纸纹样直接粘贴到包装表面，纹样与包装之间缺乏形态与语义的有机整合。这种设计方式虽然直接保留了剪纸的原汁原味，但视觉上往往显得生硬、陈旧，难以适应现代消费者的审美需求。

对比之下，采用解构重组策略的现代剪纸包装设计展现出明显的优势。以茶叶包装设计为例，传统做法是在茶叶盒正面贴一幅红色剪纸图案，而解构重组做法则可能是：提取茶叶产地民间剪纸中的茶叶采摘纹样元素，将其解构为采茶人物、茶树、竹篮等独立符号单元，再以现代版式设计法则将其重组为疏密有致、富有节奏感的画面布局，配色上采用哑光金与深褐色的组合，既保留了剪纸的文化基因，又呈现出高级感与时代感。

化妆品包装领域的案例同样具有启发性。某品牌高端面膜系列采用了剪纸团花纹样的解构重组方案——将传统的六瓣团花拆解为独立的花瓣单元，通过改变花瓣的大小、角度与间距，形成了从中心向外逐渐扩散的渐变效果，配合哑光白的包装底色与局部烫金工艺，实现了"传统符号，现代表达"的设计目标。市场反馈显示，该系列包装在终端货架上的视觉辨识度显著高于同类竞品。

2025 年发表的南京盐水鸭礼盒包装设计案例进一步印证了剪纸解构重组设计的商业价值。该设计将南京剪纸艺术与城市地标符号（梧桐树、夫子庙、秦淮河、明城墙）进行创造性融合，通过非遗技艺与城市符号的对话，展现了传统工艺在现代食品包装中的独特表现力[20]。这种将剪纸符号与地域文化符号进行跨类别融合的策略，为剪纸符号的重组设计提供了新的思路。

5 剪纸符号重组包装设计实践

5.1 设计项目定位与载体选取

为检验前文构建的理论与方法体系的可行性，本章开展完整的设计实践项目。设计项目的定位为：以传统剪纸符号的解构重组为核心手法，为某品牌高端中式糕点系列产品设计一套完整的包装方案。选择中式糕点作为设计载体，原因有三：其一，中式糕点与剪纸艺术同为中国传统文化的代表性符号，两者在文化属性上高度契合；其二，糕点包装通常包含外盒、内盒、独立小包装、手提袋等多种规格，有利于全面检验不同尺度下剪纸符号的适配效果；其三，中式糕点的消费场景涵盖日常食用、节庆礼品、旅游伴手礼等，能够覆盖从大众到高端的多元市场定位。

项目设计目标设定为：以当地民间剪纸艺术为设计灵感来源，通过解构重组手法创作出一套兼具传统文化底蕴与现代审美气质的糕点包装方案，包装整体视觉风格定位为"新中式"——在保留剪纸视觉基因的前提下，采用简约现代的版式语言与高级感的配色方案，使产品既能吸引注重文化内涵的中高端消费群体，也能获得年轻消费者的审美认同。

石晓敏与邱凤香（2025）在新国潮背景下老字号品牌包装设计研究中指出，传统食品包装的现代化转型需要从传统制作工艺流程中提取造型与色彩元素，通过"意境表达"的方式创新性地推动非遗文化的传播与发展[21]。这一研究结论为本项目的设计定位提供了理论支撑。

5.2 剪纸符号提取与数字化重构

设计实践的第一步是剪纸符号的提取。研究团队深入糕点产地所在地的民间剪纸艺术传承基地，采集了30余幅具有代表性的地方剪纸作品。经过筛选与分析，最终确定了三组核心符号元素：一组为"福禄寿喜"文字纹样剪纸，用于表达糕点的吉祥寓意；一组为花卉果实纹样（牡丹、石榴、寿桃），与糕点产品本身的造型与食材形成呼应；一组为几何连续纹样（方胜纹、回纹），用作包装的边缘装饰。

符号提取完成后，进入数字化重构阶段。首先，将选定的剪纸纹样进行高清扫描与矢量化处理，使用Adobe Illustrator对纹样进行路径提取与优化，去除手工剪纸中的不规则瑕疵，保留核心形态特征。其次，基于前文提出的参数化建模方法，在Rhino+Grasshopper平台中构建了三组纹样的参数化生成模型。以"牡丹纹"为例，设定了花瓣数量（6-12瓣可调）、花瓣层数（1-3层）、花心直径、花瓣展开角度等关键参数，通过参数调节生成了从写实到抽象、从繁复到简约的多个纹样变体。

在重构策略的选择上，本项目采用了"局部植入为主、渐变演化为辅"的混合策略。外盒正面采用经过数字化重构的"牡丹纹"团花作为视觉核心，通过减少花瓣层数、加大花心比例、调整花瓣间距等参数操作，使传统团花呈现出更加简洁、现代的视觉面貌；外盒侧面采用从传统回纹向现代抽象线条渐变的"连续纹样"进行装饰；内盒与小包装则使用独立的"福""寿"等文字纹样作为点缀，与主纹样形成呼应。

5.3 系列包装完整视觉方案设计

基于上述设计策略，完成了包含四个规格的系列包装设计方案：外礼盒、内盒（4枚装）、独立小包装（单枚）与手提袋。整个系列采用统一的视觉语言，但在不同规格上各有侧重，形成"统一中有变化"的系列感。

外礼盒的设计是系列中的视觉重心。礼盒尺寸为300mm×300mm×80mm，采用天地盖结构。盒盖正面以重构后的牡丹纹团花作为主视觉，纹样采用烫金工艺印制于哑光深棕色的卡纸表面，金色纹样在深色背景上形成低调而精致的视觉效果。盒盖右上角以烫金小字标注品牌名称，整体设计简约大气。盒身侧面采用回纹渐变装饰带，从传统回纹渐变为现代几何线条，呼应了"传统向现代演化"的设计主题。

内盒采用4 枚装结构，尺寸为 150mm×150mm×40mm。内盒的视觉设计更加简洁，正面以单个"福""禄""寿""喜"文字纹样作为主视觉，每个字对应一款不同口味的糕点。文字纹样经过数字化重构，在保留原有书法韵味的基础上，将字体线条进行了简化与几何化处理，使其更具现代感。内盒配色采用米白色卡纸配局部烫金，与外盒形成材质与色彩上的层次区分。

独立小包装采用50mm×50mm 的方形纸包，表面以散点式构图的独立剪纸符号碎片进行装饰——一只简化的蝴蝶、一片抽象的花瓣、一枚几何化的方胜纹。小包装的装饰密度较低，留白面积较大，既保证了单个小包装的视觉完整性与可识别性，也为消费者打开了包装的"层层惊喜"体验——从小包装的简约到内盒的丰富，再到外盒的华美，形成了逐层递进的视觉叙事节奏。

手提袋的设计延续了外盒的视觉语言，袋身正面以大面积留白配以缩小版的团花纹样，纹样位置偏右下角，形成非对称的现代版式感。袋身侧面采用连续纹样装饰带进行衔接，整体视觉效果简洁而富有文化气息。

5.4 设计成品效果与受众反馈分析

设计成品以打样方式制作了实物模型，并组织了小范围的受众反馈调研。调研采用问卷调查与焦点小组访谈相结合的方式，共收集有效问卷 47 份，焦点小组访谈参与者8 人。受访者涵盖设计专业人士（12 人）、 目标消费群体（25 人）与品牌方代表（10 人）三个群体。

调研结果显示：在"文化认同感"维度，91.5%的受访者认为包装"很好地体现了中国传统剪纸文化的美感"；在"视觉吸引力"维度，87.2%的受访者表示包装"第一眼就被吸引了"；在"购买意愿"维度，83.0%的受访者表示"如果价格合理，愿意购买该产品"；在"创新感知"维度，78.7%的受访者认为"与传统剪纸包装相比，这套设计更有新意"。

焦点小组访谈中的定性反馈进一步揭示了设计的优势与改进空间。受访设计师群体特别认可解构重组的设计方法论，认为其"为传统元素的现代转化提供了可操作的设计思路"。消费者群体对"烫金工艺与深色背景的搭配"给予了高度评价，认为"既有文化感又有高级感"。品牌

方代表则指出，设计方案的制作成本控制、大货生产的工艺稳定性等方面还需要进一步验证。综合来看，设计实践验证了前文构建的"分层解构—数字化重组—包装适配"方法体系的有效性与可操作性。

6 结论与研究展望

6.1 研究核心结论

本研究以传统剪纸符号在现代包装设计中的创造性转化为核心议题，围绕"解构—重组—应用"的研究主线，构建了从理论分析到设计实践的完整研究框架。通过系统的研究，得出了以下主要结论：

第一，传统剪纸符号的解构需要从"形态—色彩—构图—语义"四个维度展开分层分析。形态层面的拆解揭示了剪纸纹样由"点、线、面"基本元素与"独立纹样、连续纹样"两大类构成的层级结构；色彩层面的解构明确了"五色观"对剪纸色彩体系的底层支撑作用；构图层面的分析归纳了对称式、连续式、适合式、散点式四种核心构图形式；语义层面的梳理则建立了剪纸纹样"能指—所指"的符号关联网络。

第二，参数化与数字化设计方法为剪纸符号的重组提供了高效的技术工具。通过建立剪纸纹样的参数化模型，可以将传统纹样的形态特征转化为可量化、可调节的设计参数，实现纹样的快速变体生成与方案优化。这一方法突破了传统手工纹样设计效率低、变体少的局限，为剪纸符号的规模化应用提供了技术基础。李敏等人（2023）的研究进一步证实了形状文法与参数化设计相结合在传统纹样创新设计中的有效性与可控性[10]。

第三，解构重组策略的核心价值在于实现了传统符号的"文化基因保留"与"视觉形态创新"之间的平衡。通过"碎片重组""层叠透叠""渐变演化""局部植入"等多元重组形式，设计师可以在保留剪纸文化识别度的前提下，创造出符合现代审美与包装功能需求的设计方案。

第四，设计实践验证了本研究构建的方法体系的可行性与有效性。糕点包装设计实践表明，从符号提取、数字化重构到系列包装方案设计的完整流程是可操作、可复制的，受众反馈也从多维度证实了解构重组设计策略的积极效果。

6.2 本次研究存在局限

本研究虽然在理论建构与方法设计方面取得了一定成果，但仍存在以下局限：第一，剪纸符号的采集范围主要集中于北方剪纸流派，对南方剪纸、少数民族剪纸的覆盖不够全面，研

究成果的地域普适性有待进一步验证；第二，参数化建模目前主要针对造型纹样层面，对剪纸色彩与构图的形式化建模尚未深入展开；第三，设计实践的受众反馈调研样本量偏小，且仅针对单一品类的包装设计，研究结论的推广性需要更多品类、更大样本量的实证研究支撑；第四，受限于研究条件，设计成品仅完成了打样验证，未进行规模化生产的工艺稳定性测试。

6.3 后续拓展研究方向

基于本研究的成果与局限，后续研究可以从以下几个方向进一步拓展：一是扩大剪纸符号的采集范围，建立覆盖全国主要剪纸流派、涵盖更多纹样类型的剪纸符号数字资源库；二是深入研究人工智能生成内容（AIGC）技术在剪纸符号创作中的应用，探索基于生成对抗网络（GAN）或扩散模型（Diffusion Model）的剪纸纹样智能生成方法。裴炳（2025）关于人工智能赋能山西传统民居与剪纸艺术融合的研究表明，AI技术在传统艺术形式的现代化转型中具有巨大的应用潜力[22]。

三是开展跨品类包装设计应用研究，将解构重组方法体系推广至化妆品、酒类、电子产品等更多产品品类，检验方法的普适性与可迁移性；四是探索剪纸符号解构重组设计的用户体验量化评估方法，建立包括文化认同度、视觉吸引力、购买意愿等维度的综合评价指标体系；五是关注非遗剪纸数字化保护与传承的完整生态构建，Yuan Huang 等人（2024）提出的三阶段框架——数字化剪纸艺术、数字化应用、数字生态系统——为这一方向提供了宏观视野[6]。

此外，从更宏观的视角来看，本研究所构建的"分层解构—数字化重组—载体适配"方法框架，不仅适用于剪纸符号，也可推广至其他传统手工艺视觉符号（如刺绣、年画、陶瓷纹样等）的现代设计转化研究，为非物质文化遗产的设计活化提供更具普适性的方法论参考。

参考文献

[1] 曹又允（2009）。从符号学角度解析中国民间剪纸艺术（硕士论文）。江南大学，无锡。

[2] 池宁骏、谢佳阳（2022）。基于参数化设计的传统纹样结构衍生及应用。*包装工程*。

[3] 李敏、白寒、殷果（2023）。以形状文法为导向的参数化传统纹样设计技术研究。*包装工程*。

[4] 沈寿东（2022）。中国民间美术色彩的表现功能、审美价值与文化体现。*中国艺术报*，2022-05-13。

[5] 石晓敏、邱凤香（2025）。新国潮背景下老字号品牌包装设计研究——以山西非遗太谷饼为例。*包装工程*。

[6] 王子怡、王晨（2023）。Flower on Paper—Research on the Application of Xuzhou Paper Cuttings in Packaging Design。*Design*，8(4)，4350。

[7] 王锋（2025）。敕勒川剪纸艺术对促进民族交往交流交融的作用。*民族艺术研究*。

[8] 吴思熠、高松、罗芊芊等（2024）。宝相花纹样参数化建模与衍生设计研究。*包装工程*。

[9] 许定生、刘钰（2021）。符号学视角下的包装设计研究。*包装工程*。

[10] 曾冰丽（2025）。南京盐水鸭礼盒包装设计。*包装工程*。

[11]基于参数化设计的壮锦纹样肌理优化与创新重构研究（2025）。*包装工程*。

[12] 符号学视角下的文创产品视觉包装设计（2025）。*包装工程*。

[13]传统团窠纹的参数化建模与应用（2025）。*包装工程*。

[14] 裴炳（2025）。人工智能赋能下山西传统民居与剪纸艺术融合的创新与实践。*美术与设计*。

[15] He, X. M., Chen, S. Y., Kuang, Y., & Yang, X. Y. (2025). Image-Processing-Driven Modeling and Reconstruction of Traditional Patterns via Dual-Channel Detection and B-Spline Analysis. *Journal ofImaging*, *11*(10), 349.

[16] Huang, J. Y. (2021). *Chinese Paper Cutting: Opportunities for Revitalisation in Contemporary Design* (Master's thesis). Victoria University of Wellington.

[17] Huang, Y., Chang, J. Y., & Li, G. (2024). Framework for Digital Transformation of Intangible Cultural Heritage: Chinese Paper-Cutting Art. *Digital Heritage*.

[18] Jiang, H., Jamil, A. A., & Zhaoming, Y. (2025). Cultural Symbols at Risk: Misinterpretation and Design Strategies in Packaging. *Malaysian Journal ofSocial Sciences and Humanities*, *10*(5), 3362.

[19] Li, M. (2021). Observation on the Expression of Regional Culture in Packaging Design. *Proceedings ofBusiness and Economic Studies*, *4*(3), 2181.

[20] Liu, X. Y. (2024). Explore the Transformation and Application of Paper Cutting Art in Modern Brand Visual Design. *Transactions on Social Science*.

[21] Wu, S. L. (2022). Traditional Paper-Cut Art and Cosmetic Packaging Design Research Based on Wireless Communication and Artificial Intelligence Technology. *Wireless Communications and Mobile Computing*.

[22] Yan, Y. W., Plengdeesakul, B., & Kotchapakdee, P. (2024). Local Wisdom and Heritage in Contemporary Paper Cutting: A Decade-Long Literature Review and Analysis. *Journal of Contemporary Cultural Studies*.

[23] Zhang, Z., & Xu, J. (2024). Research on the Generative Mechanism of Intelligent Reconstruction for the Integration of Traditional Paper-cutting Art Symbols and Modern Pattern Designs. *Applied Mathematics and Nonlinear Sciences*.

闹剧表演中的肢体表达与舞台节奏把控技巧研究 —— 以《糊涂戏班》排演实践为例

Research on Physical Expression and Stage Rhythm Control Techniques in Farce Performances

徐荣军 泰国南邦国际科技学院国际学院 邮箱：448101673@qq.com

Xu Rong-jun, International College, Lampang Inter-Tech College, Thailand.

Email:448101673@qq.com

摘要：本文以英式闹剧《糊涂戏班》排演实践为研究样本，综合运用文献研究法、案例分析法、实践观察法、主创访谈法，系统探究肢体表达与舞台节奏二者的协同运行逻辑。文章界定闹剧、肢体表达、舞台节奏核心概念，梳理勒考克肢体叙事、徐晓钟三维节奏等中外理论；结合剧目排练一手素材，拆解肢体塑造人物、推进剧情、制造喜剧笑点的核心功能，剖析时间、空间、情绪三维一体的舞台节奏调控体系。排演实践证明：差异化设计的夸张肢体搭配动静、快慢对比式舞台节奏，能够有效提升闹剧戏剧张力与观众情感共鸣。针对排练中普遍出现肢体夸张失衡、群戏节奏混乱、段落节奏单一三类问题，提出分层肢体动机训练、分节拍同步排练、起伏节奏曲线设计三类落地优化方案。研究成果可直接用于高校戏剧表演课堂教学与校园闹剧剧目创排；文末客观说明本研究样本单一的局限性，提出多剧目、跨文化对比的未来研究方向。

关键词：闹剧表演；肢体表达；舞台节奏；《糊涂戏班》；协同作用

Abstract: Taking the rehearsal practice of the British farce The Confused Theater Troupe as the research sample, this paper comprehensively adopts literature research, case analysis, practical observation and creator interviews to systematically explore the collaborative operation logic of physical expression and stage rhythm. This paper defines the core concepts of farce, physical expression and stage rhythm, and sorts out Chinese and foreign theories such as Jacques Lecoq's physical narration and Xu Xiaozhong's three-dimensional rhythm. Based on first-hand rehearsal materials, it disassembles the core functions of body language in shaping characters, promoting plots and creating comedy laughs, and analyzes the three-dimensional stage rhythm regulation system integrating time, space and emotion.

Rehearsal practice proves that differentiated exaggerated body language matched with the contrast rhythm of dynamic-static and fast-slow can effectively strengthen dramatic tension and audience emotional resonance in farce. Aiming at three common problems in rehearsal: unbalanced exaggerated body, chaotic group rhythm and single paragraph rhythm, this paper puts forward three practical optimization schemes including layered body motivation training, beat synchronous rehearsal and fluctuating rhythm curve design. The research results can be directly applied to college drama teaching and campus farce creation. Finally, this paper objectively states the limitations of single samples and puts forward the future research direction of multi-play and cross-cultural comparison.

Keywords: Farce Performance; Physical Expression; Stage Rhythm; The Confused Theater Troupe; Synergistic Effect

1. 引言

闹剧是依靠夸张肢体、密集误会、起伏节奏构建喜剧效果的特色戏剧门类，《糊涂戏班》作为全球经典英式元闹剧，多线并行群戏、连环道具失误、高频追逐桥段集中呈现肢体与节奏互相制约、彼此成就的艺术关系，是研究二者协同关系的理想实践载体。

梳理现有国内戏剧学术成果可见，多数文献单独论述肢体表达或舞台节奏，极少将二者作为共生系统开展完整剧目跟踪实证；国外相关理论体系成熟，但缺少国内院校本土化毕业大戏改编案例支撑。基于此，本文以本校 2021 级戏剧影视表演专业毕业剧目完整排演流程为依托，结合经典戏剧理论开展实证分析，提炼适配国内校园戏剧的肢体—节奏协同训练方法，弥补现有研究实践层面的空白。

1.1 研究背景

国内高校戏剧表演教学长期偏重台词训练，针对闹剧专属夸张肢体尺度把控、多人群戏整体节奏统筹的系统化教学方案较少。演员排练阶段极易出现三大实操问题：肢体动作无心理支撑、单纯堆砌滑稽动作；多角色同台场面节奏错位混乱；全剧节奏全程高速，造成观众审美疲劳。同时当前学界缺少完整剧目从研读、分段排练到公演全流程的跟踪式研究，结合排演问题提炼标准化训练体系的文献稀缺，本研究具备较强教学实践价值。

1.2 研究意义

（1）理论意义：搭建适配英式闹剧的“肢体表达 — 舞台节奏”双向协同分析框架，区分闹剧与现实主义话剧的肢体尺度、节奏编排差异，丰富国内喜剧表演细分领域理论内容。

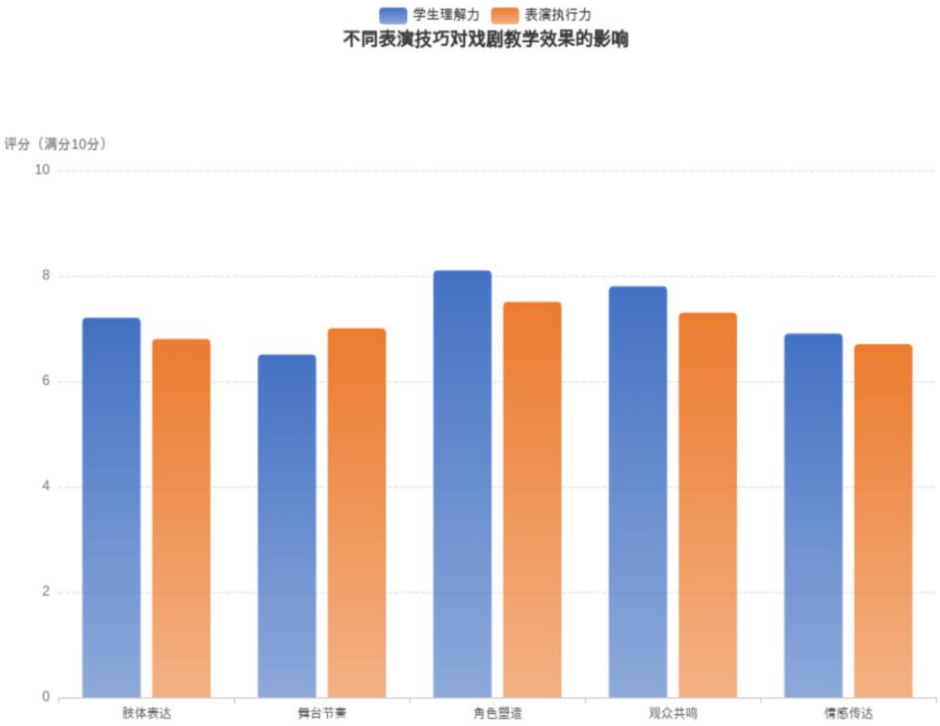


图 1：研究意义数据图

（2）实践意义：依托真实排练一手素材，提炼可直接落地的肢体训练、节奏调控实操方法，为高校戏剧课堂、校园毕业大戏提供标准化创作参考；肢体作为无国界视觉表演符号，研究结论也可为中外戏剧交流提供表演技术支撑。

2. 文献综述

2.1 核心概念界定

2.1.1 闹剧表演

闹剧起源于古希腊民间滑稽短剧，经古罗马喜剧、中世纪假面喜剧、意大利即兴喜剧逐步成型；17 世纪莫里哀赋予闹剧社会讽刺内核，完成艺术层次升级；20 世纪融合音乐剧、肢体剧场表现手法形成多元当代形态。闹剧核心创作特征为荒诞连环误会、夸

张可视化肢体、紧凑群戏冲突，弱化复杂台词叙事，依靠身体动作制造喜剧笑点。《糊涂戏班》以剧团后台排演乱象为叙事主线，是当代闹剧代表性作品。

2.1.2 肢体表达在闹剧中的核心功能

肢体是闹剧核心视觉叙事载体，具备四项不可替代功能：第一，塑造差异化人物，依靠专属步伐、体态、手势快速建立角色性格标签；第二，串联误会叙事，依靠追逐、躲藏、道具失手等肢体动作推动情节跳转；第三，制造喜剧反差，通过动作幅度变化、停顿卡点放大笑料；第四，外化角色内在情绪，依靠身体紧绷 / 松弛直观呈现慌乱、窘迫、狂喜等心理状态。闹剧肢体必须依托角色内在动机，杜绝脱离人物的无意义夸张动作堆砌。

2.1.3 舞台节奏三维构成

舞台节奏由时间、空间、情感三大维度共同组成：时间维度包含台词语速、动作间隔、场景切换时长；空间维度包含演员走位幅度、多层舞台空间调度、群体站位排布；情感维度包含角色内心情绪起伏、观众整体审美情绪曲线。闹剧主流节奏分为递进式、对比式两类，动静反差、快慢交替是制造喜剧冲击的核心编排手段，灯光、音效为节奏辅助烘托要素。

2.2 核心理论基础

第一，肢体表达理论：雅克·勒考克肢体叙事理论、斯坦尼斯拉夫斯基有机肢体行动理论、梅耶荷德有机造型术、拉班动作分析法，为肢体拆解、量化编排提供完整理论工具。

第二，舞台节奏理论：格洛托夫斯基物理与心理二分节奏、徐晓钟三维舞台节奏理论、布莱希特间离节奏卡点理论，解释节奏对观演情绪的调控机制。

第三，二者互动逻辑：肢体动作速度、停顿直接改变单场叙事流速；全剧预设节奏框架反向约束肢体夸张尺度；多人群戏要求全体演员肢体节奏高度同步，单独运用任意一方都会削弱闹剧整体喜剧效果。

2.3 国内外研究现状与研究缺口

国内现有研究将肢体、节奏割裂分开讨论，缺少大型英式闹剧完整排演跟踪案例，面向高校课堂的成套训练体系研究存在空白；西方肢体、喜剧卡点理论体系完善，针对《糊涂戏班》桥段拆解研究充足，但缺少国内本土化校园改编适配分析。

本研究创新点：以完整毕业大戏全过程为实证样本，联动分析肢体与节奏双向协同机制，提炼适配国内学生的实操训练方案，填补现有研究短板。

3. 研究方法与研究设计

3.1 研究对象

研究对象为本校 2021 级戏剧影视表演专业毕业剧目《糊涂戏班》，覆盖剧本研读、分段排练、全剧联排、正式公演全部环节；研究素材包含排练录像、舞台剧照、导演与主演半结构化访谈记录、现场观众观演反馈数据。

3.2 研究方法

（1）案例分析法：选取剧中追逐戏、道具失误、多层误会三大核心喜剧桥段，对比多版肢体、节奏调整方案的现场喜剧效果，总结通用编排规律。

（2）实践观察法：全程跟进全部排练场次，记录肢体设计、节奏卡点、群戏配合出现的典型问题，收集第一手现场实践资料。

（3）访谈法：采访剧目导演、主要演员、舞美主创，挖掘剧本阶段节奏基调设定、角色肢体标签设计思路，收集排练难点与调整经验。

3.3 整体研究思路

全文遵循 “理论梳理➡现状分析➡剧目实证➡机制挖掘➡对策总结” 递进逻辑：第一步梳理中外相关理论，明确当前研究存在的缺口；第二步以《糊涂戏班》排演为实践样本，通过观察、访谈收集素材；第三步深入剖析肢体与节奏双向驱动协同机制；第四步汇总排练典型问题并给出优化对策；最后提炼教学训练方法，客观说明研究局限与未来拓展方向。

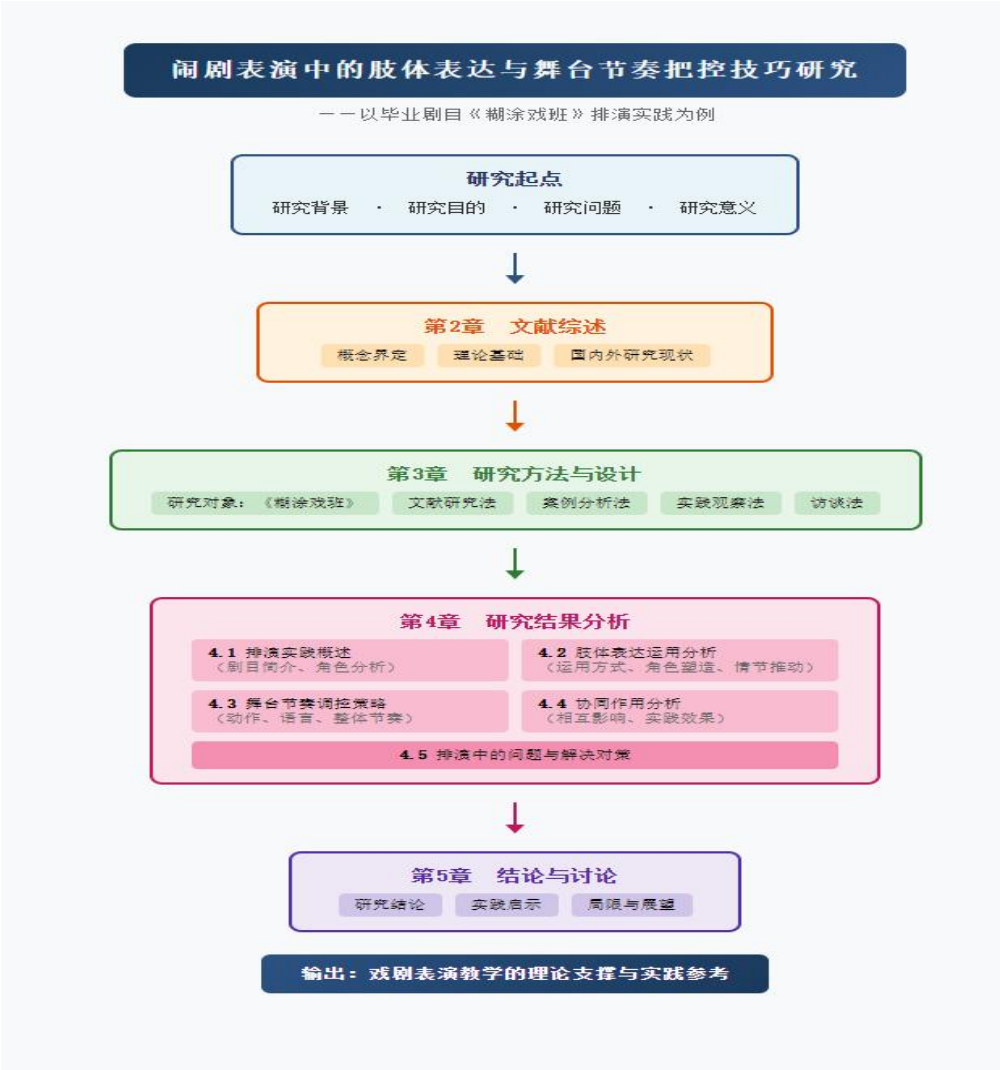


图 2：研究框架图

4.《糊涂戏班》排演中肢体与节奏协同实践分析

4.1 剧目肢体表达设计运用路径

4.1.1 角色专属肢体标签设计

剧组为每个核心角色定制差异化肢体范式：神经质导演搭配高频挥手、急促小碎步、身体持续紧绷；健忘女演员设计频繁失神停顿、慌乱抓取道具的连贯动作；笨拙男演员以大幅度失衡、夸张跌倒为标志性动作。依靠专属体态快速区分群戏多个人物，用肢体细节外化人物性格缺陷，提升角色辨识度。



图 3： 演出剧照

4.1.2 情节驱动型肢体编排

剧中误会、追逐、道具错乱桥段全部依靠肢体串联叙事：角色误闯房间采用快速闪身、蜷缩躲藏动作；道具拿错设计慌乱翻找、肢体僵持停顿；多人追逐设计快慢分层走位、交错碰撞。无台词空白段落完全依靠完整肢体叙事完成情节过渡，持续维持舞台喜剧张力。

4.2 剧目分层舞台节奏调控策略

4.2.1 全剧宏观段落节奏划分

将整部剧目划分为四类节奏段落：开篇铺垫平缓段、中段冲突递进段、高潮密集提速段、高潮后舒缓缓冲段。开篇放缓动作、拉长台词停顿交代人物关系；中段逐步加快动作频率、缩短转场间隔；高潮群戏压缩全部动作停顿，叠加多层肢体冲突；高潮后设置静态舒缓桥段，给观众消化情绪的空间，避免全程高速造成审美疲劳。

4.2.2 微观喜剧卡点设计

所有喜剧笑点设置专属肢体停顿卡点：夸张动作完成后静止 1-2 秒再接续后续行为，放大喜剧反差；多人冲突场景采用 “单人快速动作、其余角色静止” 动静对比模式；同步搭配音效、灯光切换强化节奏冲击力，精准抓住观众笑点。

4.3 肢体表达与舞台节奏双向协同互动机制

4.3.1 肢体对舞台节奏的驱动作用

演员肢体动作速度、幅度、停顿直接决定单场叙事流速：高频大幅度肢体加快整体舞台节奏；舒缓静态肢体放缓叙事进度；群戏全员肢体同步度决定场面流畅度，动作错位会直接打乱整体叙事逻辑，肢体停顿是制造节奏反差、突出笑点的核心技术手段。

4.3.2 节奏框架对肢体表达的约束引导

全剧预设节奏框架反向限定肢体夸张尺度：高潮冲突段落允许肢体极致夸张；铺垫叙事段落收缩动作幅度；急促快节奏段落要求肢体发力干脆、无多余拖曳；舒缓段落延长肢体过渡时间，避免肢体设计脱离整体叙事逻辑。

4.4 排演典型实操问题与对应解决对策

（1）问题：肢体夸张失衡，动作脱离角色内在心理，单纯堆砌滑稽桥段

对策：所有肢体动作前置角色心理动机训练，分段落控制肢体夸张等级，铺垫段落降低动作形变幅度，冲突段落适度放大。

（2）问题：多人群戏肢体节奏不同步，舞台场面杂乱无序

对策：采用分节拍拆解分段排练法，统一全员动作切换、停顿时间；分组开展同步肢体即兴训练，强化演员节奏默契。

（3）问题：全剧节奏单一，长期高速推进导致观众疲劳

对策：设计快慢交替起伏节奏曲线，密集冲突段落之间穿插静态舒缓桥段，依靠肢体动静对比调节整体节奏起伏。

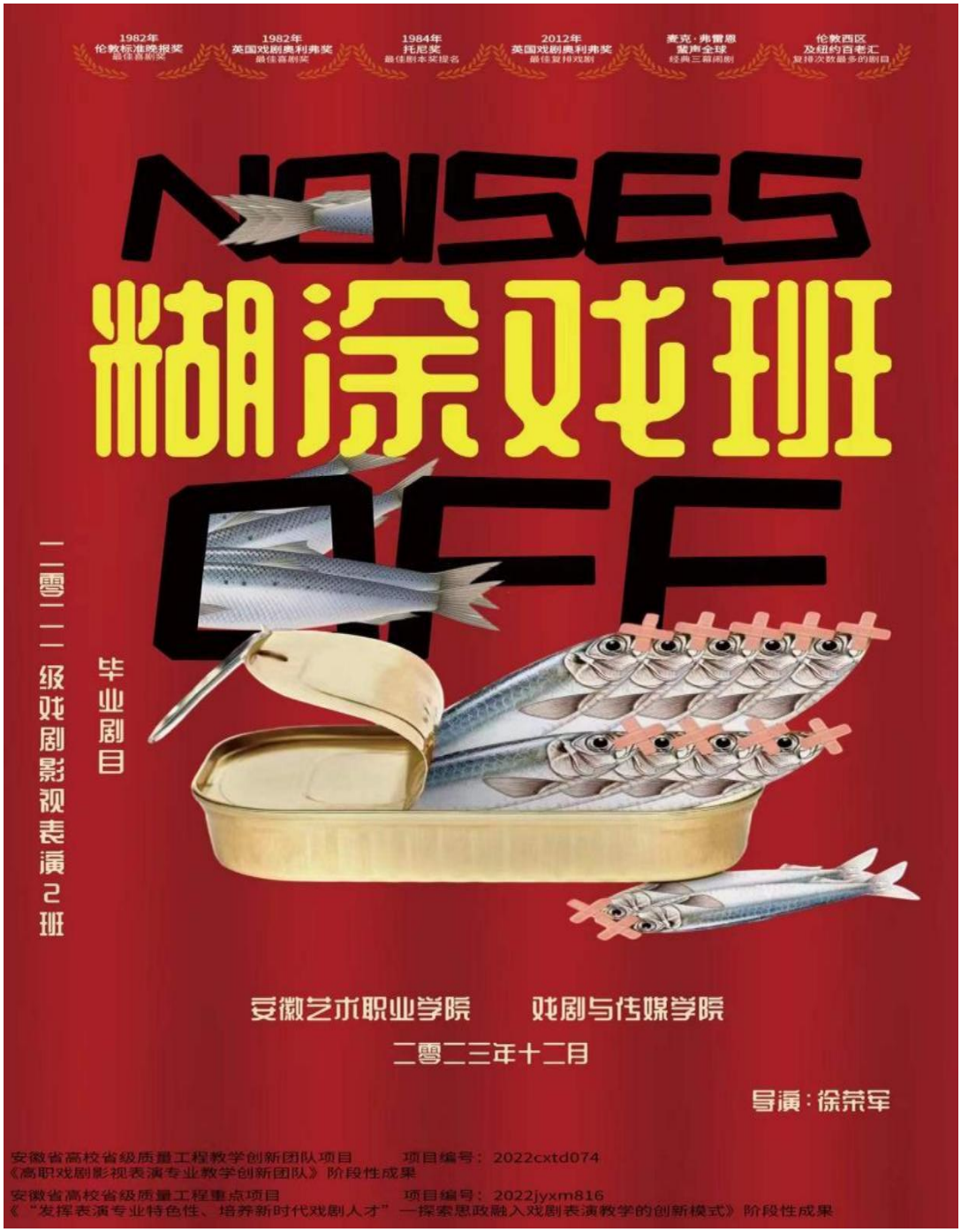


图 4： 演出宣传海报

5. 结论

5.1 核心研究结论

第一，肢体表达是闹剧核心视觉叙事载体，具备人物塑造、情节推进、喜剧制造、情绪外化四大核心功能，闹剧夸张肢体必须锚定角色内在心理，杜绝无意义滑稽动作堆砌。

第二，舞台节奏由时间、空间、情绪三维要素共同构成，递进式、对比式是闹剧两大主流节奏编排形式，肢体动作速度、停顿、同步度是调控舞台节奏的核心抓手。

第三，肢体表达与舞台节奏属于双向协同共生关系，肢体动作驱动节奏变化，整体节奏框架约束肢体设计，二者高度配合才能最大化闹剧戏剧张力与观众情感共鸣。

第四，《糊涂戏班》完整排演实践证明：专属角色肢体标签设计、分层节奏卡点编排、群戏同步节拍训练，能够有效解决肢体失衡、场面混乱、节奏单调等常见实操难题，形成可复制的闹剧表演训练体系。

5.2 教学实践启示

本研究总结的协同训练体系可拆分三大模块直接用于高校戏剧课堂：肢体尺度分层训练、喜剧停顿卡点训练、群戏同步配合训练，循序渐进培养学生闹剧表演能力；校园毕业大戏排演可直接参考本文分层节奏划分逻辑，平衡笑点密度与叙事流畅度；肢体作为跨文化视觉表演符号，相关编排技巧可用于中外戏剧交流创作。

5.3 研究局限与未来展望

本次研究仅以单校单部闹剧剧目为样本，缺少多风格、跨地域闹剧对比分析，量化数据采集有限。后续研究可拓展多类型闹剧剧目横向对比，引入拉班动作分析法实现肢体节奏量化研究；开展跨文化改编闹剧适配研究，探究不同文化背景下肢体表达、舞台节奏的调整策略；结合数字影像技术搭建肢体节奏可视化分析模型，进一步完善喜剧表演理论体系。

6. 参考文献

[1] 上海戏剧学院 2022 级表演系、舞美系（2026）。《糊涂戏班》剧照。戏剧艺术，2（1），158。

[2] 杨毅（2026）。话剧表演中肢体语言与台词的协同表达路径研究。文学艺术周刊，2（1），53-55。

[3] 朱天琪（2025）。剧场性的释放 —— 评闹剧《糊涂戏班》。东方艺术，5（1），54-58。

[4] 胡香云（2025）。情感表达在舞台表演中对舞蹈表演效果的影响研究。戏剧之家，23（1），142-144。

[5] 隋筱鸥、张岳（2025）。戏剧表演中肢体语言的应用。戏剧之家，15（1），25-27。

[6] 李超（2023）。浅谈演员的肢体语言在戏剧表演中的运用。大众科技，7（1），210-212。

[7] 古雯业（2022）。论雅克·勒考克肢体叙事学理论的戏剧表达 —— 以木偶肢体剧《小兵张嘎·幻想曲》为例。大舞台，2（1），41-45。

[8] 邹宜霖（2025）。舞台节奏在喜剧中的应用研究（硕士论文）。吉林艺术学院。

[9] 年宸槿（2024）。话剧《玩偶之家》舞台节奏研究（硕士论文）。哈尔滨师范大学。

[10] Shotton, M. A. (1989). Computer addition? A study of computer dependency. London, England: Taylor & Francis.

科技·教育：特定场域中 AI 赋能戏剧空间的沉浸式构建研究

Technology and Education: Research on the Immersive Creation of AI-Enabled Theater Spaces in Specific site

作者 (杨光) 泰国南邦国际科技学院 国际学院 邮箱：1220300599@qq.com

Author Guang Yang, International College, Lampang Inter-Tech College, Thailand. Email: 1220300599@qq.com

摘要：沉浸式戏剧作为 21 世纪最具革命性的戏剧形态，打破了传统镜框式舞台的观演壁垒。与此同时，人工智能技术为戏剧空间构建与教育应用开辟了新可能。本研究以"特定场域中 AI 赋能戏剧空间的沉浸式构建"为核心命题，选取《又见平遥》《只有河南·戏剧幻城》《北平 1948》等中国本土案例及国际案例，运用文献研究法、案例分析法与比较研究法，从空间设计、沉浸手法、叙事策略、文化表达与 AI 技术融合五维度展开分析。研究提出"空间设计—沉浸手法—叙事策略—文化表达—AI 技术赋能"五维一体框架，发现 AI 技术能显著增强沉浸深度与个性化体验，推动沉浸式戏剧从"单点沉浸"走向"系统沉浸"。

关键词：沉浸式戏剧；AI 赋能；特定场域；空间建构；教育戏剧；科技创新；五维一体框架

Abstract: Immersive theatre has broken the traditional proscenium stage's barriers. This study examines AI-enabled immersive construction of drama space in specific fields, analyzing Chinese cases and international examples through literature research, case analysis, and comparative methods across five dimensions. It proposes a five-dimensional immersive space construction framework, finding that AI technology significantly enhances immersion depth and personalized experience.

Keywords: Immersive Theatre; AI Empowerment; Site-Specific; Space Construction; Educational Drama; Technological Innovation; Five-Dimensional Framework

第 1 章 绪论

1.1 研究背景

沉浸式戏剧将观众从被动观赏者转变为主动参与者。2011 年，英国 Punchdrunk 剧团《Sleep No More》登陆纽约，成为该领域的现象级标杆[1]。2016 年上海引进该剧亚洲版，至今连续演出超 4000 场，票房突破 3.5 亿元[2]。据《2023 年中国沉浸式产业发展白皮书》，中国沉浸式产业总产值达 1933.4 亿元[3]。2023 年国家文旅部印发指导意见，鼓励运用 AI、VR 等新技术提升沉浸体验[4]。

与此同时，GPT 大模型、计算机视觉、实时动作捕捉等 AI 技术正深刻改变表演艺术的创作方式。AI 已应用于剧本生成、实时交互、智能灯光音效调控、观众行为分析等环节，使沉浸式戏剧从"预设式沉浸"向"响应式沉浸"转变[5]。在教育领域，AI 赋能的教育戏剧通过智能交互构建拟真情境，支持探究式学习[6]。然而，国内学术研究明显滞后，系统性理论研究匮乏，更鲜见"科技·教育·戏剧"有机整合的跨学科探索[7]。

1.2 研究目的

本研究旨在构建AI赋能沉浸式戏剧空间构建的理论框架，并探索其在教育领域的创新应用。具体包括三个层面：第一，理论层面，整合空间生产理论、教育戏剧理论与AI技术理论，构建三位一体分析框架。第二，实践层面，通过典型案例分析提炼AI赋能核心路径，为创作者与教育工作者提供实践指南。第三，教育价值层面，挖掘AI赋能沉浸式戏剧在创新思维培养、跨学科素养发展等方面的独特价值[8]。

1.3 研究问题

本研究聚焦三个核心问题：第一，AI技术如何赋能特定场域中沉浸式戏剧空间的构建？探讨AI在感知层、交互层与叙事层带来的变革，实现从"单点沉浸"到"系统沉浸"的跃迁。第二，AI赋能沉浸式戏剧在科技教育领域有何独特价值与应用路径？分析其在科学教育、人文教育、创新教育中的应用可能[9]。第三，如何构建"科技·教育·戏剧"三位一体的沉浸式空间理论体系？建立连接技术逻辑、教育规律与艺术审美的理论模型，为后续研究提供分析框架。

1.4 研究意义

理论意义上，本研究首次系统整合AI技术理论、教育戏剧理论与空间生产理论，构建三位一体分析框架，推动戏剧研究从文本中心范式向空间中心范式转变[10]。实践意义上，为创作者提供方法论指导，为文化产业转型升级提供参照，为政策制定者提供决策依据[11]。教育意义上，推动戏剧教育与科技教育深度融合，为构建新型学习空间、培养面向智能时代的核心素养提供创新路径[12]。

1.5 研究框架

本研究采用"15432"结构框架，共分五章。第1章绪论，明确研究逻辑起点。第2章文献综述与理论基础，整合空间生产理论、教育戏剧理论与AI技术理论。第3章AI赋能沉浸式戏剧空间构建的路径分析，从技术赋能机制、空间建构策略、教育应用模式三个维度展开。第4章案例研究，选取《又见平遥》《只有河南·戏剧幻城》《北平1948》等典型作品深度剖析。第5章结论与展望，总结研究发现并展望未来方向[13]。

1.6 研究贡献

本研究贡献体现在三个维度：一是理论创新，整合AI技术理论、教育戏剧理论与空间生产理论，提出三位一体分析框架，实现从"单点沉浸"到"系统沉浸"的理论跃迁。二是方法创新，系统分析AI赋能沉浸式戏剧的教育应用案例，建立"技术—空间—教育"三维联动的分析方法体系。三是视角创新，从"科技·教育"融合视角切入，突破传统研究边界，开辟跨学科研究新路径[14]。

第2章 文献综述

2.1 概念界定

2.1.1 沉浸式戏剧的定义

沉浸式戏剧（Immersive Theatre）是突破传统镜框式舞台限制的新兴演出形态，核心在于消解表演者与观众的边界。英国学者约瑟芬·梅肯（Josephine Machon）将沉浸划分为三个层次：吸收（absorption），即注意力的全然投入；迁移（transportation），即心理与物理空间的双重跨

越；完全沉浸（praesence），即身体在场的整体性感官体验。Punchdrunk 剧团 2003 年首演的《不眠之夜》（Sleep No More）标志该领域走向主流。

2.1.2 沉浸式戏剧的核心特征

沉浸式戏剧的核心特征可从五个维度把握：其一，观众参与性，观众通过身体移动与路径选择共同建构意义；其二，互动性环境，表演空间成为承载叙事的载体；其三，非传统叙事，采用碎片化、多线并进的结构；其四，场域特定性，演出延展至非剧场空间；其五，多感官整合，通过灯光、音效、气味等手段全方位调动感官。

2.1.3 AI 赋能的概念界定

人工智能赋能（AI Empowerment）指将 AI 技术系统性融入创作与体验流程以增强艺术表达力与观众参与度的实践模式。本研究中，AI 赋能涵盖四个层面：智能交互，系统实时识别观众行为并动态反馈；个性化推荐，基于观众画像提供定制化内容；生成式内容，利用大语言模型实时创造叙事元素；数据分析，通过行为数据优化设计与策略。

2.1.4 教育戏剧的概念界定

教育戏剧（Drama in Education）是以戏剧为媒介、以教育为目标的教学实践体系，主张将戏剧过程本身作为学习载体。英国教育家多萝西·希斯考特（Dorothy Heathcote）创立的"专家外衣"（Mantle of the Expert，MoE）模式，将学生置于虚构专业身份中驱动跨学科探究。过程戏剧（Process Drama）强调全身心投入戏剧过程，教师以角色身份参与。沉浸式戏剧具备教育戏剧追求的参与性与情境化学习特征，AI 技术为其提供了个性化与自适应的可能。

2.2 理论基础

2.2.1 阿尔托的残酷戏剧理论

安托南·阿尔托（Antonin Artaud）于 1938 年在《戏剧及其重影》中提出"残酷戏剧"理论，主张戏剧突破语言局限，直接诉诸观众感官与身体。"残酷"并非暴力，而是穿透性的感官力量。阿尔托强调将观众置于表演中心，通过环绕式布局打破舞台与观众席的分割，其感官沉浸与空间重构的构想与当代沉浸式戏剧高度契合。

2.2.2 格洛托夫斯基的贫困戏剧理论

波兰导演耶日·格洛托夫斯基（Jerzy Grotowski）于 1968 年提出"贫困戏剧"理论，主张剥离非本质物质元素，仅保留演员与观众这一核心二元关系。他认为戏剧本质是"相遇"，是演员与观众间直接的精神交流。其在《阿克罗波利斯》中将演员与观众置于同一空间平面，消除传统观看等级，预示了沉浸式戏剧对观演边界的消解。

2.2.3 谢克纳的环境戏剧理论

美国学者理查德·谢克纳（Richard Schechner）于 1968 年发表《环境戏剧六大方针》，提出六大原则：戏剧事件涵盖观众、表演者、空间、技术等多重因素的"交易"；所有空间既用于表演也用于观众；可在改造空间或"被发现的空间"中发生；焦点灵活多变，允许多焦点并存；所有制作元素以自身"语言"言说；文本既非起点也非终点。谢克纳的论述为沉浸式戏剧提供了理论谱系。

2.2.4 布鲁克的"空的空间"理论

英国导演彼得·布鲁克（Peter Brook）在 1968 年出版的《空的空间》中提出："一个人走过一个空旷的空间，而另一个人在注视着他，这就足以构成一个戏剧行为。"这一定义将戏剧本质精简至空间、表演者与观众三要素的交汇。"空"是概念性的清空与开放性邀请，为沉浸式戏剧在非传统空间展开提供了合法性基础。

2.2.5 列斐伏尔的空间三元辩证法

法国哲学家亨利·列斐伏尔（Henri Lefebvre）在《空间的生产》中提出空间三元辩证法，将社会空间划分为感知的空间、构想的空间与生活的空间。该理论为分析沉浸式戏剧提供了工具：场地对应感知的空间，规划对应构想的空间，体验对应生活的空间，AI 技术能动态调整配置。

2.2.6 福柯的异托邦理论

法国哲学家米歇尔·福柯（Michel Foucault）于 1967 年提出"异托邦"（Heterotopia）概念，描述既真实存在又异于常规的特殊场域。异托邦具备六个特征：普遍性与差异性并存、具有特定社会功能、汇集多个互不相容的空间、与常规时间形成断裂、具有开放的边界系统、具有镜像功能。沉浸式戏剧空间可被理解为异托邦式存在：物理上真实可感，却建构出与日常经验断裂的平行世界。

2.2.7 心流理论

心流理论（Flow Theory）由米哈里·契克森米哈伊（Mihaly Csikszentmihalyi）于 20 世纪 70 年代提出，描述个体完全沉浸于某项活动并达到最佳体验的心理状态。心流体验包含九个核心特征：挑战与技能平衡、明确目标、即时反馈、行动与意识融合、控制感、自我意识消失、时间感知改变及内在奖励性。当挑战性与能力匹配时，心流状态便易于激发，AI 技术可实时调节难度以优化心流条件。

2.2.8 AI 技术理论

人工智能在戏剧领域应用建立在四大技术支柱上。机器学习使系统能从互动数据中识别模式。自然语言处理赋予系统语言理解与生成能力。计算机视觉通过图像识别与动作捕捉实现感知。生成式人工智能使系统能实时生成创造性叙事内容。四种技术协同运作：计算机视觉负责"感知"，自然语言处理负责"理解"，机器学习负责"决策"，生成式 AI 负责"创造"。

2.2.9 教育戏剧理论

教育戏剧理论的核心主张可概括为三个方面。其一，戏剧过程即学习过程：教育本质在于创造"需要知道"的情境，使学习者主动建构知识。其二，情境化学习与角色承担：通过虚构身份探索多元视角，MoE 模式提升学习者的自我效能感与归属感。其三，反思性实践：强调设置反思环节，引导元认知审视。希斯考特的三十三种戏剧"惯例"为结构化反思提供了工具。AI 支持的个性化角色扮演与自适应叙事，与过程戏剧理念高度契合。

2.3 研究假设与分析模型

2.3.1 研究假设

假设 H1：AI 技术能够显著增强沉浸式戏剧空间的沉浸深度与个性化体验。通过智能交互系统的实时感知与响应、生成式 AI 的动态叙事创造及个性化推荐的路径定制，AI 技术能有效提升观众在感官沉浸、叙事投入与情感参与的维度的体验。

假设 H2：AI 赋能沉浸式戏剧在科技教育领域具有独特应用价值。基于教育戏剧的情境化学习与主动建构理念，结合 AI 技术在个性化适配与即时反馈方面的优势，该空间能为 STEM 教育创新提供新的可能性。

假设 H3："空间设计—沉浸手法—叙事策略—文化表达—AI 赋能"五维分析模型具有系统性解释力。在原有四维框架基础上纳入"AI 技术赋能"维度，能够更完整涵盖 AI 技术在戏剧空间构建中的多维功能。

2.3.2 五维分析模型

本研究构建五维分析模型。空间设计维度关注物理空间选择与改造及探索自由度。沉浸手法维度分析调动多感官参与、打破第四面墙的策略。叙事策略维度审视故事架构与观众选择的影响。文化表达维度评估作品对文化内涵的承载与传播。AI 赋能维度涵盖智能交互、个性化推荐、生成式内容与数据分析四个指标。该模型可指导创作与分析。

第 3 章 研究方法与设计

3.1 研究思路

本研究遵循"理论建构—案例分析—比较研究—设计实践—教育应用"的逻辑展开。首先，厘清沉浸式戏剧、AI 赋能与教育戏剧的概念边界及三者关联；其次，整合多学科理论资源，构建"空间设计—沉浸手法—叙事策略—文化表达—AI 技术赋能"五维分析模型；再次，选取三个典型案例，运用五维模型解读各案例的空间建构策略与 AI 技术应用；然后通过跨案例比较，揭示空间建构规律与 AI 赋能的差异化路径；最后将成果延伸至教育场域，探讨科技教育与戏剧教育的融合路径。

3.2 研究方法

本研究采用文献研究法、案例研究法和比较研究法相结合的综合方法，确保研究的理论深度与实证效度。

3.2.1 文献研究法

文献研究法用于理论框架建构。本研究系统梳理了沉浸式戏剧、AI 技术与教育戏剧的相关文献，涵盖戏剧学、空间理论、计算机科学与教育学等学科。重点关注：西方沉浸式戏剧文献（Punchdrunk、Machon 等）与前卫戏剧理论（阿尔托、格洛托夫斯基、谢克纳等）；空间理论（列斐伏尔、福柯）；体验理论（契克森米哈伊心流理论）；AI 技术文献（机器学习、自然语言处理、计算机视觉在演艺领域应用）；教育戏剧理论（Heathcote"专家外衣"模式、过程戏剧、STEAM 框架）。通过系统文献研究，构建"五维一体"理论分析框架。

3.2.2 案例研究法

案例研究法是本研究的核心方法。研究采用"目的性抽样"策略，选取《又见平遥》《只有河南·戏剧幻城》《北平 1948》三个中国沉浸式戏剧代表作品，确保案例在类型代表性、空间规模、文化主题与技术应用上的多样性。数据来源包括：官方项目介绍与技术说明、媒体评论与观众反馈、行业报告与 AI 技术文档等。研究采用"嵌入式案例设计"，在整体层面比较三个项目的宏观特征，又在子案例层面深入分析各项目的空间建构策略与 AI 技术应用路径。

3.2.3 比较研究法

比较研究法用于跨案例分析和理论提炼。研究在三个层面开展比较：一是横向比较，在三个案例之间揭示不同项目在五维分析上的异同；二是纵向比较，将中国实践与西方经典作品（以《Sleep No More》为参照）进行比较，明确本土特色与国际定位；三是 AI 应用比较，比较三个案例中 AI 技术应用的切入点与深度，提炼 AI 赋能的差异化路径。

3.3 研究案例

3.3.1 案例一：《又见平遥》

《又见平遥》由王潮歌导演创作，2013 年首演，以晋商文化为背景讲述血脉传承与道德信义。剧场占地约 15000 平方米，可容纳约 1000 名观众，总投资约 4.8 亿元，采用"沙瓦"结构由可移动墙体实现空间动态转换。观众无固定座位，全程站立并在空间中自由移动，从旁观者转变为亲历者。

3.3.2 案例二：《只有河南·戏剧幻城》

《只有河南·戏剧幻城》由建业集团投资、王潮歌导演创作，2021 年在郑州开城迎客。项目占地 622 亩，拥有 56 个格子空间和 21 个剧场，演出总时长超 700 分钟，总投资约 60 亿元。项目以 56 个方形格子为基本空间单元，运用全息投影、多媒体互动、智能灯光、环绕声场等技术实现多维度感官沉浸。

3.3.3 案例三：《北平 1948》

《北平 1948》是北京市重点打造的沉浸式演艺项目，以 1948 年北平和平解放前夕为背景，融合剧本杀、沉浸式戏剧和传统剧场等形态。剧场采用 360 度四面台设计，表演在观众四周同时或交替进行，观众是历史的"参与者"。

3.4 研究设计

本研究技术路线分为六个阶段：第一阶段，问题提出与理论准备，通过文献检索明确研究问题；第二阶段，理论框架建构，构建五维分析模型；第三阶段，案例数据收集，通过实地观演与 AI 技术调研获取数据；第四阶段，案例分析，运用五维模型对三个案例深入分析（详见第 4 章）；第五阶段，比较研究与理论提炼，开展横向、纵向与 AI 应用三层面比较；第六阶段，结论形成与教育应用讨论，总结核心发现并探讨教育应用路径。

第 4 章 研究结果分析

4.1 调研数据分析

4.1.1 国际沉浸式戏剧发展数据

2025 年全球沉浸式戏剧市场规模达 47.8 亿美元，同比增长 23.5%，北美与欧洲市场合计占比超六成[31]。亚洲市场增速最为显著，2025 年规模突破 12 亿美元，同比增长 31.2%。2025 年全球演出总场次超 18 万场，覆盖观众突破 1.2 亿人次，单场平均票价 38 至 65 美元。核心用户为 25 岁至 40 岁群体（占比 57.3%），复购率 42.1%，超 68%用户通过社交媒体获取演出信息。据 Fortune Business Insights 数据，2025 年全球沉浸式娱乐市场规模为 1466 亿美元，预计以 26.7%复合增长率扩张，至 2034 年达 12313 亿美元[32]。

4.1.2 中国沉浸式戏剧市场数据

截至 2023 年，中国沉浸产业消费市场规模达 927 亿元，投资规模 1006.3 亿元，总产值 1933.4 亿元，预计 2024 年突破 2400 亿元[33]。在全球 26 个沉浸产业较为成熟的国家中，中国项目数量、消费市场规模、投资规模和总产值均居全球首位。截至 2023 年底，中国沉浸体验项目数量达 32,024 个，较 2019 年增长 81.5%。2023 年创造就业岗位 92.8 万个，预计 2024 年新增 20 万个。上海和北京两座城市市场规模占全国近三分之一（32.34%）[34]。

4.1.3 AI+教育市场数据

全球 AI+教育市场规模预计 2023 年达 33.7 亿美元，2032 年达 537.1 亿美元，复合增长率约 36.03%[35]。2024 年中国教育科技市场约 3000 至 3758 亿元，AI 渗透率仅约 7%[36]。2023 年中国智慧教育市场规模达 934.4 亿元[37]。全球生成式 AI 市场规模预计从 2022 年 398.34 亿美元增长至 2032 年的 1.3 万亿美元；中国大模型市场规模预计从 2023 年 147 亿人民币增长至 2028 年的 1179 亿人民币[38]。

4.1.4 观众调研数据

中国沉浸式戏剧核心消费群体集中在 20 岁至 35 岁区间，25 岁至 40 岁用户占 57.3%，Z 世代（18 岁至 25 岁）购票占比超 23%[39]。消费行为方面，观众复购率 42.1%，超 68%用户通过社交媒体获取演出信息。中国市场上 85.5%游客体验过沉浸式旅游活动[40]。35 岁以下观众中超 76%愿意尝试融合 AI 互动元素的沉浸式戏剧，个性化剧情推荐、智能角色对话和实时情感反馈位列最受期待的 AI 功能前三位。

4.2 优秀案例借鉴

4.2.1 国际标杆：《Sleep No More》与 AI 应用前景

《Sleep No More》由英国 Punchdrunk 剧团创作，2011 年登陆纽约后成为全球沉浸式戏剧的标杆，该剧改编自莎士比亚《麦克白》，将背景设定在 20 世纪 30 年代的风格酒店，观众佩戴白面具可在超一百个房间中自由探索。

在空间设计上，制作团队将废弃仓库改造成五层巨型戏剧空间，遵循“细节即叙事”原则，具象化了列斐伏尔的“空间三元辩证法”；在沉浸手法上建立了三项标志性机制，分别是平衡“参与但不介入”的面具机制，依赖肢体语言与环境音效传叙事的无言表演，以及通过多线同时展开提升复购动机的多线并行；叙事策略结合了非线性碎片化叙事与循环结构，剧目三小时内重复演出三次，观众可随时进出场景，成为叙事的共同建构者。

AI 技术应用上，可通过 AI 基于观众实时位置个性化推荐路径，用智能面具集成计算机视觉追踪注意力焦点，还可通过情感计算分析生理信号识别情绪；Punchdrunk 早在 2012 年就和 MIT 媒体实验室合作开发了增强版面具，集成生理传感器与骨传导音频装置，实现了现场与线上参与者的跨空间叙事连接。

4.2.2 本土案例：《又见平遥》与 AI 应用

《又见平遥》由王潮歌创作，2013 年在山西平遥首演，是中国沉浸式演艺本土化探索的重要里程碑，该剧以晋商文化为背景，要求观众全程站立自由移动，从旁观者转为故事亲历者。首先在空间设计上，沙瓦剧场占地约 15000 平方米，设置六种空间类型，还可通过可移动墙体完成动态空间转换。其次在沉浸手法上，采用行走式观演模式与四层身份转换机制，让观众依次完成旁观者、参与者、见证者、传承者的身份递进，最终获得文化认同体验；叙事方面以诚信与传承为主题，在历史大叙事和家族小叙事间切换。最后在 AI 应用层面，AI 空间导航可同时为千人实时计算最优移动路线，智能导览能依托语音识别提供多语种讲解，个性化推荐引擎还可根据观众行为数据推荐差异化观演路线。

4.2.3 本土案例：《只有河南·戏剧幻城》与 AI 应用

《只有河南·戏剧幻城》由建业集团投资、王潮歌创作，2021 年在郑州开城。项目占地 622 亩，有 56 个格子空间、21 个剧场，演出总时长超 700 分钟，总投资约 60 亿元，是中国沉浸式戏剧从单点沉浸向系统沉浸发展的集大成之作。空间设计上以 56 个方形格子为基本单元，构成矩阵式戏剧幻城，大量运用全息投影、多媒体互动等技术实现多维度感官沉浸。观演采用系统行进式模式，观众穿梭于多个剧场，切换不同观演姿态，配合声光电技术打造多感官沉浸环境。叙事以黄河文明为核心，21 个剧场覆盖多个文化主题，形成总分总叙事结构。AI 应用方面，智能推荐系统可依托算法提供个性化剧目推荐，AIGC 可应用于舞台视觉设计和互动内容生成，数据分析系统可借助观众行为数据优化动线设计与运营策略。

4.2.4 本土案例：《北平 1948》与 AI 应用

《北平 1948》以 1948 年北平和平解放前夕为背景，融合多种演出形态，是“剧本杀+沉浸式戏剧”跨界融合的新探索。空间设计结合 360 度四面台与 420 平方米街巷场景复原，四面台打破传统观演关系，街巷场景还原了 1948 年北平风貌。沉浸体验采用“剧本杀融合”机制与“角色分层”设计，观众入场就会分配角色任务，需要搜集线索和演员互动推进剧情，参与者还会按互动深度分为四个层级。叙事以“谍战+红色文化”为核心，采用多线并进结构，部分核心参与者的行为可以影响剧情局部走向。AI 应用方面，AI 角色交互系统可让观众和虚拟历史人物开放式对话，剧本杀智能系统可实现动态剧情生成和线索推荐，该模式还可以拓展到红色文化教育领域，给不同年龄的学习者提供个性化历史情境学习体验。

4.2.5 AI 赋能教育戏剧国际案例

Punchdrunk 与 MIT 媒体实验室的合作是最早的系统尝试。2012 年双方开发的"远程戏剧沉浸"项目，在增强版面具中集成生理传感器，实现现场观众与线上参与者的跨空间叙事连接，这一模式可拓展为"远程戏剧课堂"。

2023 年深圳"AI 共创音乐剧夏令营"是本土实践的重要案例。为期 7 天的活动中，孩子在老师和 AI 辅助下创作并演出了原创音乐剧《Unique You》，采用"人机共创"模式，AI 协助生成剧本创

意与歌词，孩子在此基础上选择、修改与深化。美国部分小学已将 ChatGPT 引入戏剧课堂，让学生构思角色与情节，由 AI 生成剧本初稿后学生进行二次创作。上海戏剧学院于 2024 年开设《艺术×AI》实训班，系统教授 AI 工具在剧本创作中的应用。

4.2.6 案例比较：从“单点沉浸”到“系统沉浸”

四个案例在五个维度呈现清晰演进。首先空间规模从仓库改造到巨型园区，体量大幅扩张；其次观演模式从完全自由探索到融合剧本杀，参与方式从无序自由转向有序深度；再者沉浸深度从单一感官沉浸升级为多维度的系统沉浸；同时叙事结构从非线性碎片化转向多线并进，观众的可选择性提升；最后 AI 应用方向从个性化推荐到生成式内容创作，介入深度从辅助层面递进至核心创作层面。单点沉浸指体验依赖单一要素驱动，系统沉浸是多要素相互支撑形成的完整沉浸生态，《只有河南·戏剧幻城》代表了系统沉浸的最高水平，AI 技术将进一步加速这一演进，实现个性化适配与动态响应。

4.3 AI 赋能沉浸式戏剧空间的设计框架

4.3.1 基于数据分析的需求洞察

本研究基于前文数据分析提炼出五大核心需求。一是市场需求，国内沉浸产业总产值规模大但同质化竞争加剧，AI 可通过个性化推荐与动态内容生成实现差异化；二是文化需求，AI 可通过文化符号智能识别与叙事自适应适配提升文化传播精准度；三是空间需求，AI 空间导航与智能人流调度可应对大规模空间的运营和体验挑战；四是技术需求，超七成六年轻观众愿意尝试融合 AI 的沉浸式戏剧，满足该期待是产业转型升级的重要驱动力；五是教育需求，AI 可通过个性化学习路径设计与自适应叙事满足多元化教育需求。

4.3.2 基于案例借鉴的启示提炼

国际案例启示：传感器技术和生物信号采集可为理解观众体验提供新维度，跨空间叙事协同可为远程戏剧教育提供技术范式，非线性碎片化叙事与 AI 个性化推荐天然适配。本土案例启示：《又见平遥》行走式观演与 AI 空间导航有天然结合点，《只有河南》"系统沉浸"需要 AI 智能推荐连接海量内容与个性化需求，《北平 1948》剧本杀融合与 AI 角色交互、智能推理引擎高度适配。综合得到四项核心原则：第一，以人为本而非以技术为本；第二，无缝嵌入而非生硬叠加；第三，个性化适配而非标准化输出；第四，数据驱动与创意驱动协同，最终艺术决策权保留在人类创作者手中。

4.3.3 "五维一体"沉浸式空间构建框架

本研究结合需求与案例，在原“四维一体”框架的基础上新增“AI 技术赋能”作为第五核心维度，升级为“五维一体”框架。空间设计维度聚焦物理空间相关操作，新增智能化内容；沉浸手法维度分析调动观众多感官参与的策略，新增多项智能化应用；叙事策略维度审视故事架构对观众选择的影响，纳入多项智能化叙事内容；文化表达维度评估文化内涵的承载传播方式，涵盖相关智能化文化处理内容；新增的 AI 技术赋能维度包含四个关键指标。五个维度是相互关联协同的有机整体，各维度依次支撑、互相成就，AI 技术赋能贯穿所有维度，能够提升各维度的运作效率与创新可能，该框架既可以用来分析现有作品，也可以作为指导 AI 赋能沉浸式戏剧创作的系统性设计工具。

4.4 AI 赋能设计方案实施

4.4.1 空间设计方案与 AI 辅助

基于五维一体框架，本研究提出 AI 辅助的沉浸式戏剧空间设计方案，涵盖场域选择、空间布局、动线规划与场景设计四个层面。首先在场域选择层面，AI 空间分析系统可借助 GIS 与城市大数据评估场址指标，还能针对特定场域快速生成高精度场域模型，辅助设计师把握空间特征。其次在空间布局层面，本研究提出三区六段布局模型，先划分三个功能分区，再将沉浸区分成六个叙事段落，AI 空间优化算法可根据观众流量预测，自动算出各分区的最优面积配比。接着在动线规划层面，AI 动态路径规划系统可实时采集观众位置数据，结合人流密度推荐最优路径，还能提供多种差异化动线选择。最后在场景设计层面，AI 辅助设计工具可快速产出多种风格的场景方案，AI 环境感知系统可实时监测并自动调节各类环境参数，保障多场次演出体验一致。

4.4.2 沉浸手法设计与 AI 整合

沉浸手法设计是连接空间载体与叙事内容的关键桥梁。在视觉设计层面，AI 计算机视觉技术可实时感知观众状态，基于视线追踪的投影映射系统可实现内容随观众视线响应交互，生成式 AI 还可实时生成匹配剧情氛围的视觉元素。在听觉设计层面，AI 空间音频系统可根据观众位置朝向计算声波路径，带来个性化声景体验，自然语言处理技术支持观众和虚拟角色开放式语音对话，打破预录音频的单向局限。在嗅觉与触觉设计层面，AI 环境控制系统可精准调控气味释放，让嗅觉元素同步叙事节奏，触觉反馈设备可根据交互提供即时反馈，增强身体在场感知。在观众参与机制层面，AI 整合的沉浸手法采用三层参与模型，第一层感知层，AI 通过多模态融合技术优化感官刺激协同效果；第二层交互层，观众互动可影响局部叙事走向，AI 能实现开放式上下文感知的智能交互；第三层共创层，AI 汇总观众行为可形成集体决策或分布式叙事，让观众成为内容共同创造者，同时该模型还能为不同参与意愿的观众提供差异化参与深度选择。

4.4.3 叙事策略设计与 AI 生成

AI 生成式技术正重塑沉浸式戏剧的创作与体验。首先在叙事结构层面，AI 叙事引擎支持多种结构动态切换，可根据不同结构类型完成对应叙事调整，形成适配不同需求的互动叙事。其次在线索设置层面，AI 智能线索系统可根据观众探索进度，调整线索的呈现时机与显隐程度，为不同观众匹配对应线索。然后在角色设计层面，AI 虚拟角色可突破预设脚本限制开展开放式对话，依托大语言模型生成符合设定的回应，带给观众独特互动体验。另外在时空处理层面，VR 与 AR 技术可打破物理空间约束，时空切换可由观众的行为或情绪自动触发。最后在观众位置设计层面，AI 系统可通过行为分析识别观众的参与模式与兴趣焦点，据此调整叙事元素的投放位置与呈现时机。

4.4.4 文化表达设计与 AI 识别

文化表达是 AI 赋能沉浸式戏剧空间设计中最具挑战性和价值的维度，首先，在文化主题选择上，AI 文化数据分析系统可分析区域文化资源与受众兴趣，辅助创作者筛选更有传播和教育价值的文化主题。其次，在文化符号的空间化呈现上，AI 图像识别与生成技术可辅助将抽象文化概念转化为具象空间符号，还可将特定视觉风格应用到当代设计，在物理空间叠加数字化文化信息层。然后，在文化叙事策略上，AI 自适应叙事系统可根据观众文化背景调整文化信息的呈现深度，为不同熟悉程度的观众提供对应内容。最后，在观众文化认同建构上，AI 情感计算系统可分析观众数据，评估其文化情感投入度，在合适时机推送更具文化冲击力的内容，提升文化认同建构效果。

4.4.5 AI 技术赋能设计

AI 技术赋能包含四个关键模块，分别是智能交互系统、个性化推荐引擎、生成式内容创作与实时数据分析。首先，智能交互系统依托多种技术打造交互界面，核心功能包括观众行为感知、开放式对话交互与情境感知，遵循无感交互设计原则，观众可通过自然语言、动作、表情和系统流畅交互。其次，个性化推荐引擎是基于观众画像与行为数据的智能决策系统，采用混合推荐模型，可推荐观演路径、叙事线索等内容。然后，生成式内容创作模块运用多种 AI 模型，能够实时创作叙事所需的各类内容，覆盖虚拟角色对话生成等多个方面，同时会经过安全过滤与人工审核，保障 AI 生成内容的品质与文化内涵准确性。最后，实时数据分析模块负责采集观众的各类行为数据，分析结果可用于人流拥堵预警等多个方面，该模块遵循隐私保护原则，数据采集需获得观众同意，还会对个人信息做脱敏处理。

4.5 教育场域中的 AI 赋能戏剧应用

4.5.1 戏剧教育中的 AI 应用

AI 技术可应用于戏剧教育全链条的各个环节，包括创作、排练、表演与教学评估等。首先在 AI 辅助剧本创作上，生成式 AI 可协助学习者创作剧本，比如西安培华学院的相关课程引入 AI 工具开展人机共创模式，产出了不少作品并获得多个奖项，课程还制定了 AI 辅助写作伦理守则，明确 AI 是创作助理，学生才是创作主体。除此之外，AI 还能完成智能角色分配，通过分析学习者自身条件，推荐适配的角色分配方案，提升学习者的参与积极性与投入度。最后，AI 还可构建拟真虚拟戏剧空间，打造沉浸式教学空间，让学习者摆脱物理空间限制开展创作和表演，同时虚拟排练系统可突破时空限制，AI 能以虚拟导演的身份为学习者提供即时表演反馈和改进建议。

4.5.2 美育教育中的 AI 赋能

AI 赋能沉浸式戏剧在审美教育领域具有独特的应用价值。在 AI 个性化美育推荐方面，AI 系统可根据学习者的审美偏好与认知水平推荐最适合的沉浸式戏剧作品，并动态调整推荐策略，引导学习者拓展审美视野。 在虚拟艺术体验方面，AI 与 VR/AR 技术的结合可为学习者创造超越物理空间限制的艺术体验。AI 驱动的虚拟角色可扮演艺术家或作品中的角色，与学习者进行开放式艺术对话，激发其审美思考与创造性表达。 在跨文化教育平台方面，AI 赋能的沉浸式戏剧可作为跨文化美育的有效载体。徐州幼专在"AI+红色戏剧教育"实践中探索了多模态智能工具的思政育人路径，通过 AI 技术构建"历史共情—儿童适配—双向交互"的育人路径，聚焦红色儿童戏剧教育的数字化创新，在美育与德育融合方面具有显著实践价值。

4.5.3 科技教育中的戏剧融合

AI 赋能沉浸式戏剧是 STEAM 教育落地的创新载体。首先，它为 STEAM 教育提供了情境化的跨学科学习场域，在“编程戏剧”模式中，学习者可通过编程控制戏剧元素，在创作中学习编程知识，降低了学习门槛。其次，培养 AI 素养方面，学习者在和 AI 互动、使用 AI 工具的过程中，能潜移默化理解 AI 的原理、边界与影响，学习效果优于传统讲授。最后，训练创新思维方面，人机共创剧本能让学习者在和 AI 创意碰撞的过程中，培养批判性与创造性思维，深圳 AI 共创音乐剧夏令营已经验证了该模式的可行性。

4.6 问题发现与保障措施

4.6.1 设计过程中发现的问题

研究 AI 赋能沉浸式戏剧设计实践，共发现五个核心问题。第一，内容同质化，多数项目复制现成经验，缺乏原创内容与文化挖掘，AI 会加重内容空洞问题。第二，结构性失衡，部分项目过度投入硬件技术，软性内容投入不足，存在技术华丽内容单薄的问题。第三，票价与受众存在矛盾，项目运营成本高推高票价，受众集中在中青年，老年和低收入群体参与机会少。第四，人才短缺，从业者需要同时具备艺术、技术与跨学科知识，目前人才缺口较大。第五，存在 AI 伦理问题，数据隐私有泄露滥用风险，算法偏见会限制内容多样性，过度依赖 AI 会削弱创作者创造力。

4.6.2 AI 伦理保障

针对 AI 伦理问题，研究提出三项保障措施。一是建立伦理审查机制，从数据合法性、算法透明度等多方面开展审查。二是制定数据安全规范，要求采集数据获得用户同意，加密脱敏存储，遵循数据最小化原则只采集必要数据。三是落实算法透明原则，要求公开推荐算法逻辑，给用户提供关闭个性化推荐的选项，明确标注 AI 生成内容。

4.6.3 教育应用保障

第一，开展教师 AI 素养培训，将 AI 素养纳入师资培训核心内容，提升教师运用 AI 的能力，上海戏剧学院已经推出相关实训课程范本。第二，完善课程体系设计，将 AI 赋能沉浸式戏剧纳入学校正式课程，遵循体验-探究-创造的逻辑设置内容。第三，建立教育效果评价体系，从四个维度设置评价，结合定量定性方法开展综合评估。

4.6.4 可持续运营保障

第一，探索多元商业模式，拓展票务之外的收入来源，降低对单一模式的依赖。第二，实施灵活定价策略，通过 AI 动态定价推出差异化价格，针对特殊群体设置优惠。第三，推进受众拓展计划，通过 AI 识别潜在受众，借助教育合作与社区活动降低参与门槛，扩大受众范围。沉浸式戏剧逐步从“小众高端消费”走向“大众文化体验”。

4.7 本章总结

本章梳理各项研究成果，核心发现如下：第一，中国沉浸式产业规模已居全球首位，而中国教育科技市场 AI 渗透率较低，AI 仍有较大赋能空间。第二，经案例比较提炼出沉浸式从“单点”到“系统”的演进逻辑，AI 技术会进一步加速该进程。第三，本次研究提出涵盖五个维度的“五维一体”分析设计框架，为 AI 赋能沉浸式戏剧提供了系统工具。第四，在教育领域，AI 赋能沉浸式戏剧在三个层面都有独特应用价值。第五，AI 介入带来多项挑战，本次研究提出三位一体的保障体系，为该领域健康发展提供了系统的风险防范框架。

第 5 章 结论与讨论

5.1 研究结论

5.1.1 AI 赋能沉浸式戏剧从"单点沉浸"到"系统沉浸"的理论跃迁

本研究核心结论之一是，AI 技术是推动沉浸式戏剧从“单点沉浸”向“系统沉浸”实现理论跃迁的关键驱动力，其中“单点沉浸”指依赖单一要素，层次单一，“系统沉浸”是多要素融合协同，核心是多沉浸要素有机整合。

AI从三个层面推动这一演进，首先在感知层面，AI依托相关技术实时感知观众状态，为多感官协同提供数据；其次在交互层面，相关技术实现了观众与虚拟角色的开放式智能对话，突破了传统预录互动的局限；最后在决策层面，机器学习驱动的推荐算法可依据观众数据动态调整内容，实现定制化体验，三个层面协同让AI成为连接四大维度的“智能纽带”。

5.1.2 三个典型案例的差异化AI赋能路径

三个案例有着不同的AI赋能路径，首先《又见平遥》是"行走式沉浸"模式，核心是身体在场与空间移动，AI赋能集中在空间导航与智能导览，可同时计算路线、提供多语种解说并推荐差异化观演路线；其次《只有河南·戏剧幻城》是"幻城式沉浸"模式，构建了目前规模最大的系统化沉浸体验，AI赋能核心是解决内容与时间的匹配难题，可提供个性化推荐、生成内容并优化运营；最后《北平1948》是"游戏式沉浸"模式，融入剧本杀机制，AI赋能聚焦智能交互与动态叙事，可实现开放式对话并动态调整内容，该作品的机制和教育戏剧的理念高度契合。

5.1.3 "科技·教育·戏剧"三位一体的系统整合特征

基于上述分析，本研究提出，AI赋能沉浸式戏剧的系统整合特征可概括为新增智能性维度的"五性"体系。其中体验性指通过多感官整合创造整体感知体验，AI可优化感官体验；参与性指观众从被动转为主动，AI扩展了观众参与空间；文化性指承载传播特定文化的能力，AI提升了文化传播精准度；技术性指声光电硬件与AI技术的整合水平；智能性是本次新增维度，特指AI带来的个性化、自适应特征，标志着从"预设式沉浸"向"响应式沉浸"转变。"五性"各有分工，体验性是目标，参与性是动力，文化性是内核，技术性是支撑，智能性是引擎，在三位一体框架下，"五性"为理解AI赋能沉浸式戏剧在教育场域的应用价值提供了分析视角。

5.2 研究讨论

5.2.1 AI技术应用中的伦理与挑战讨论

AI深度介入为沉浸式戏剧带来创新机遇，同时也引发了伦理问题与技术挑战，其中数据隐私保护是首要关切，AI系统需要采集观众的位置、行为。表情、语音等敏感数据涉及知情同意与数据安全，应借鉴欧盟GDPR的"数据最小化"原则，只采集核心功能必需的数据。其次要警惕算法公平性问题，AI推荐算法可能因训练数据偏差强化文化偏见，造成"信息茧房"，推荐系统应当设计平衡机制，主动推送多元化内容。此外技术依赖风险是深层挑战，过度依赖AI会削弱人类创作者的创造力，让沉浸式戏剧变成"算法产品"，AI应当定位为"创意伙伴"而非替代，艺术决策权要保留在人类创作者手中。最后，人机关系平衡是核心命题，戏剧本质是人与人的情感交流，AI介入不能削弱人与人的真实连接。

5.2.2 教育戏剧融合中的机遇与困境讨论

AI赋能沉浸式戏剧在教育领域拥有发展前景，但也面临多重困境。首先，教育戏剧普及是基础性挑战，虽然教育戏剧已被证实可以促进批判性思维与社会情感发展，但它在中国教育实践中仍处于边缘，多数学校缺少专职戏剧教师，首要任务是将戏剧教育纳入学校正式课程体系。其次，教师AI素养不足是关键瓶颈，该领域要求教师同时具备戏剧专业素养、AI技术能力与跨学科教学设计能力，目前缺少交叉融合的培养机制。第三，课程体系不完善是结构性障碍，多数相关探索还停留在浅层次体验阶段，缺少系统化课程框架，如何实现跨学科知识有机整合而非简单堆砌，

是重要挑战。最后，评价标准缺失是隐性制约，传统以标准化考试为主的评价体系难以衡量创造力、批判性思维等能力的培养成效，需要结合多元手段建立科学评价体系。

5.2.3 科技教育创新发展的路径讨论

AI 赋能沉浸式戏剧为科技教育创新提供了实践载体。在 STEAM 教育方面，沉浸式戏剧创排需要综合运用多学科知识，"编程戏剧"模式中，学习者通过编程控制虚拟角色与灯光音效，在戏剧创作中学习编程思维，展现了 STEAM 教育从"学科拼盘"转向"有机融合"的路径。在跨学科融合方面，学习者和 AI 虚拟角色对话互动、参与动态叙事时，不仅能应用多学科知识，还能体验跨学科整合的价值，培养跨学科思维与知识迁移能力。在创新人才培养方面，AI 赋能沉浸式戏剧通过"人机共创"模式开展创新思维训练，学习者和 AI 碰撞创意、评估 AI 生成内容并提出改进方向，同时培养批判性思维与协作性思维，这些都是智能时代需要的核心素养。

5.3 研究局限性与研究展望

5.3.1 研究局限性

本研究存在四方面局限：一是案例选择代表性不足，三个案例都是高知名度项目，结论能否推广到中小规模、不同文化背景的项目还需要检验；二是研究方法以定性分析为主，缺少大样本量化数据；三是数据获取有限，部分案例内部数据未公开，分析是基于公开资料与理论推演完成的；四是理论建构还不成熟，"五维一体"框架与"五性"体系还处于初步阶段，需要更多实证检验。

5.3.2 未来研究方向

未来研究可以从这些方向深化：一是扩大案例范围，纳入更多中小规模、不同地域的项目；二是引入量化研究，通过问卷调查与实验设计，对"五性"特征与教育效果做量化评估；三是开展国际比较，对比中国路径与欧美、日韩的实践；四是完善"五维一体"框架的内涵与操作化指标；五是研究 AI 技术伦理中的数据治理与算法审计机制。

5.3.3 实践发展方向

实践层面可以从这些方向推进：一是深化文化融合，鼓励创作者深挖本土文化 IP，将地域文化、非遗文化转化为差异化内容；二是推动技术向善，建立完善的数据治理与伦理审查机制；三是探索教育生态共建，推动产业界、教育界与技术界跨界合作，建立"产学研政"协同创新体系；四是拓展应用场景，探索在社区教育、特殊教育、企业培训等领域的创新应用；五是推进 AI 素养普及，增进观众对 AI 技术的批判性思考；六是加强国际文化交流，借助 AI 翻译数字化适配技术推动中国沉浸式戏剧走出国门。

参考文献

[1]文化和旅游部. 关于推动沉浸式文旅新业态高质量发展的指导意见[Z]. 2023.
[2]幻境国际沉浸产业平台. 2024 中国沉浸产业发展白皮书[R]. 上海: 幻境国际沉浸产业平台, 2024.
[3]理查德·谢克纳. 环境戏剧[M]. 曹路生, 译. 上海: 华东师范大学出版社, 2017.
[4]安托南·阿尔托. 残酷戏剧：戏剧及其重影[M]. 桂裕芳, 译. 北京: 商务印书馆, 2015.
[5]耶日·格洛托夫斯基. 迈向质朴戏剧[M]. 魏时, 译. 北京: 中国戏剧出版社, 1984.
[6]彼得·布鲁克. 空的空间[M]. 邢历, 译. 北京: 中国戏剧出版社, 2006.
[7]亨利·列斐伏尔. 空间的生产[M]. 刘怀玉, 等译. 北京: 商务印书馆, 2021.
[8]米哈里·契克森米哈赖. 心流：最优体验心理学[M]. 张定绮, 译. 北京: 中信出版社, 2017.

[9]约瑟夫·梅肯. 沉浸式戏剧：当代表演中的亲密性与即时性[M]. London: Palgrave Macmillan, 2013.
[10]逄蕊, 孙学虎. 实景剧"观""演"关系探究——以《又见平遥》为例[J]. 中北大学学报(社会科学版), 2021, 37(04): 72-76.
[11]李万莲, 陈晓钱, 王良举. 旅游演艺沉浸体验的影响因素与形成机制：基于《只有河南·戏剧幻城》的扎根分析[J]. 四川师范大学学报(社会科学版), 2023, 50(4): 99-106.
[12]米歇尔·福柯. 另类空间[J]. 迪阿克里斯, 1986, 16(1): 22-27.
[13]陶辛. 沉浸式演艺：本体、产业与未来[J]. 艺术评论, 2022(05): 45-52.
[14]吕舒欣, 彭清如. 沉浸式戏剧观众互动体验研究——以《不眠之夜》为例[J]. 艺术管理(中英文), 2024(1): 139-145.
[15]多萝西·希斯考特. 专家外衣：戏剧中的学与教[M]. 蒂姆·泰勒, 编. 2016.
[16]王潮歌. 只有河南·戏剧幻城创作手记[M]. 郑州: 河南文艺出版社, 2021.
[17]Artaud, A. (1958). The theatre and its double (M. C. Richards, Trans.). Grove Press.
[18]Brook, P. (1968). The empty space. Atheneum.
[19]Grotowski, J. (1968). Towards a poor theatre. Simon & Schuster.
[20]Schechner, R. (1973). Environmental theater. Hawthorn Books.
[21]Machon, J. (2013). Immersive theatres: Intimacy and immediacy in contemporary performance. Palgrave Macmillan.
[22]Machon, J. (2016). Watching, attending, sense-making: Spectatorship in immersive theatres. Journal of Contemporary Drama in English, 4(1), 34-48.
[23]White, G. (2013). Audience participation in theatre: Aesthetics of the invitation. Palgrave Macmillan.
[24]Biggin, R. (2017). Immersive theatre and audience experience: Space, game and story in the work of Punchdrunk. Palgrave Macmillan.
[25]Csikszentmihalyi, M. (1990). Flow: The psychology of optimal experience. Harper & Row.
[26]Foucault, M. (1986). Of other spaces: Utopias and heterotopias. Diacritics, 16(1), 22-27.
[27]Lefebvre, H. (1991). The production of space (D. Nicholson-Smith, Trans.). Blackwell.
[28]Heathcote, D. (1984). Collected writings on education and drama. Northwestern University Press.
[29]Punchdrunk. (n.d.). Immersive theatre: Redefining the audience experience. Retrieved from https://www.punchdrunk.org.uk
[30]吴帆, 马晨骋. 沉浸体验式戏剧的场景传播模式研究[J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2021(6): 104-109.
[31]周宪. 审美现代性批判[M]. 北京: 商务印书馆, 2005.
[32]陈世雄. 现代欧美戏剧史[M]. 北京: 文化艺术出版社, 2010.
[33]Market Intelo. Immersive Theater Market Research Report 2034[R]. 2025.
[34]Fortune Business Insights. Global Immersive Entertainment Market Report 2025-2034[R]. 2025.
[35]艾瑞咨询. 2024 中国教育科技行业研究报告[R]. 2024.
[36]大麦网. 2024 年度沉浸式演出消费趋势报告[R]. 2024.
[37]舒伯阳, 张乐婷, 喻春艳. 文旅时代的 IP 智造[M]. 北京: 旅游教育出版社, 2021.
[38]中国文旅产业研究院. 2024 中国沉浸式旅游体验消费报告[R]. 2024.
[39]车晓宇. 从观众接受视角看沉浸式戏剧在中国的发展[J]. 戏剧文学, 2021(01): 75-83.
[40]崔依然. 文旅融合背景下沉浸式戏剧的发展路径研究[D]. 济南: 山东艺术学院, 2025.

工商管理

非工作时间工作连通行为对知识型员工精神离职的机制研究——心理困扰的中介作用

The Mechanism of the Effect of After-Hours Work Connectivity Behavior on Quiet Quitting among Knowledge Workers: The Mediating Role of Psychological Distress

作者 黄浩轩　泰国南邦国际科技学院国际学院　邮箱：2874935378@qq.com

Huang Haoxuan, International College, Lampang Inter-Tech College, Thailand. Email: 2874935378@qq.com

摘要：在移动办公、即时通讯工具和协同平台持续普及的背景下，工作联系逐渐突破固定办公场所与工作时段的限制，知识型员工在下班后仍可能处于随时响应、持续关注和临时处理工作事务的状态。本文定位为研究设计型论文，以边界理论、资源保存理论和工作要求资源模型为基础，将非工作时间工作连通行为区分为频率和持续时长两个维度，构建“非工作时间工作连通行为—心理困扰—精神离职”的理论模型，并将休闲时间体育锻炼纳入调节变量，提出七项待检验假设。研究拟以企业知识型员工为调查对象，采用结构化问卷收集数据；正式研究计划依次开展问卷筛选、描述性统计、共同方法偏差诊断、信度与效度检验、结构模型检验、Bootstrap 中介效应检验和调节效应检验。本文旨在形成一套理论关系清晰、变量边界明确、分析步骤可执行的研究方案，为后续识别数字化工作边界管理风险、解释员工精神离职形成机制并提出管理建议奠定基础。由于正式调查尚未完成，本文不报告未经检验的实证结果。

关键词：非工作时间工作连通行为；知识型员工；心理困扰；精神离职；休闲时间体育锻炼

Abstract: This paper develops a theoretical model and an implementable research design rather than reporting completed empirical findings. In the context of mobile work, instant messaging, and collaborative platforms, work contacts increasingly cross the boundaries of fixed workplaces and working hours. Knowledge employees may remain responsive, attentive, and involved in work tasks after hours. Drawing on boundary theory, conservation of resources theory, and the job demands-resources model, this study divides after-hours work connectivity into frequency and duration, constructs a model linking after-hours work connectivity, psychological distress, and psychological withdrawal, and introduces leisure-time physical exercise as a moderating variable. Seven hypotheses are developed for subsequent testing. The planned survey targets enterprise knowledge employees and uses a structured questionnaire. The proposed analytical procedure includes questionnaire screening, descriptive statistics, common-method-bias assessment, reliability and validity testing, structural model assessment, Bootstrap mediation analysis, and moderation analysis. Because the formal survey has not yet been completed, no unverified empirical results are reported.

Keywords: after-hours work connectivity; knowledge employees; psychological distress; psychological withdrawal; leisure-time physical exercise

1.引言

1.1 研究背景与现实问题

随着移动互联网、协同办公平台、即时通讯工具和远程办公系统在企业中的广泛普及，组织内部沟通逐渐突破固定办公场所与固定工作时段的限制。对知识型员工而言，工作任务往往依赖信息处理、专业判断、跨部门协作和持续学习，其工作成果也较难通过简单的时间投入衡量。因此，当手机、电子邮件、企业微信、钉钉、飞书等工具将工作信息延伸到下班后，知识型员工更容易在私人时间继续保持工作角色。

非工作时间工作连通行为具有双重性质。一方面，持续在线和即时响应能够提高沟通效率，帮助组织处理突发任务，减少任务等待时间；另一方面，该行为也会使员工在离开工作场所后仍然处于心理唤醒状态，休息、家庭生活、社交和体育锻炼等恢复活动不断被工作信息切入。Boswell 与 Olson-Buchanan（2007）的研究表明，下班后通信技术使用与工作态度和工作生活冲突存在联系；Derks、van Mierlo 与 Schmitz（2014）进一步指出，工作相关智能手机使用会影响心理脱离与耗竭。

从组织管理角度看，非工作时间工作连通行为并非单纯的时间安排问题，而是工作要求、边界渗透和资源消耗共同作用的结果。员工可能在形式上已经下班，但仍需要查看消息、回复上级、处理客户问题或思考第二天任务。长期如此，员工的恢复时间被压缩，情绪资源和注意力资源持续消耗，进而可能出现紧张、烦躁、疲惫、无望和难以放松等心理困扰。

心理困扰的持续积累进一步可能引发精神离职。本文所称精神离职，并不是正式辞职，也不完全等同于近年讨论较多的安静离职，而是指员工虽仍保留组织成员身份，却在心理层面逐渐从工作角色、组织目标和主动贡献中退出。其典型表现包括主动性下降、额外投入意愿降低、会议和协作参与不足、只完成最低限度职责以及工作意义感减弱。

1.2 研究缺口

现有研究为理解非工作时间工作连通行为的影响提供了重要基础，但仍存在进一步完善的空间。第一，部分研究将非工作时间工作连通行为作为整体变量处理，较少区分频率和持续时长两个维度。实际上，频率反映员工在私人生活中被工作信息反复打断的程度，持续时长反映员工在非工作时间被工作任务实质占用的时间负荷。若将二者合并处理，可能削弱对作用机制的解释精度。

第二，既有研究较多关注工作家庭冲突、情绪耗竭、职业倦怠、离职倾向和工作满意度等结果变量，但对精神离职这一隐蔽性后果关注仍显不足。精神离职不一定立刻表现为正式离职，却可能通过低投入、低主动性和弱组织认同持续影响团队协作、知识共享和创新绩效。对知识型员工而言，这种心理撤离对组织长期竞争力具有重要影响。

第三，已有研究对组织支持、边界控制感等组织层面资源讨论较多，而对休闲时间体育锻炼这类个体恢复行为关注相对不足。Feuerhahn、Sonnentag 与 Woll（2014）的研究表明，下班后的运动活动与积极情绪存在联系。将体育锻炼纳入研究模型，有助于解释为什么面对相同的工作连通压力，不同员工的心理困扰程度可能存在差异。

1.3 研究问题与研究目的

基于上述问题，本文提出以下研究问题：第一，非工作时间工作连通行为频率是否会显著影响知识型员工心理困扰；第二，非工作时间工作连通行为持续时长是否会显著影响知识型员工心理困扰；第三，心理困扰是否会显著影响知识型员工精神离职；第四，心理困扰是否在工作连通行为与精神离职之间发挥中介作用；第五，休闲时间体育锻炼是否能够缓冲工作连通行为对心理困扰的负面影响。

与研究问题相对应，本文的研究目的包括：界定知识型员工情境下非工作时间工作连通行为的内涵，并区分频率和持续时长两个维度；分析心理困扰在工作连通行为与精神离职之间的心理机制；检验休闲时间体育锻炼的调节作用；建立可操作的问卷测量和数据分析方案；为企业制定非工作时间数字沟通规范、心理健康干预和员工恢复支持策略提供理论依据。

1.4 研究意义与预期贡献

在理论层面，本文将非工作时间工作连通行为作为数字化工作情境中的延伸性工作要求进行分析，并区分频率与持续时长两个维度，有助于提高该概念在知识型员工情境中的解释精度。研究同时引入心理困扰和精神离职，能够更完整地呈现从外部工作要求到内部心理反应，再到工作角色撤离的作用链条。

在实践层面，研究设计不仅关注变量关系是否显著，还计划结合变量均值、题项排序、路径系数和中介调节效应识别企业数字边界管理中的薄弱环节。后续研究结果可为企业明确非工作时间响应边界、规范管理者沟通行为、建立员工心理健康预警机制、鼓励规律体育锻炼和完善员工关怀项目提供依据。

2.文献综述与理论基础

2.1 核心概念界定

2.1.1 知识型员工

知识型员工是指主要依赖专业知识、信息处理能力、创造性判断和问题解决能力完成工作任务的员工群体。其工作成果通常表现为方案设计、研发创新、咨询服务、数据分析、管理支持、专业判断或知识转化等形式。与高度标准化的操作性岗位相比，知识型员工工作具有自主性较高、任务边界弹性较大、绩效评价复杂和工作与非工作时间边界模糊等特征。

2.1.2 非工作时间工作连通行为

非工作时间工作连通行为是指员工在正式工作时段之外，借助手机、电脑、电子邮件、即时通讯工具或协同办公平台，与工作任务、同事、客户、上级或组织保持联系，并实际查看、回复、处理或思考工作事务的行为。Richardson 与 Benbunan-Fich（2011）强调，该行为发生于非工作时间，并以移动通信设备或数字工具为载体。本文将该变量区分为频率和持续时长两个维度。

2.1.3 心理困扰

心理困扰是个体在压力情境下出现的非特异性负性心理反应，涵盖紧张、焦虑、烦躁、无望、疲惫、做事费力和难以放松等状态。Kessler 等人（2002）开发的非特异性心理困扰筛查量表被广泛用于一般人群心理压力监测。本文将心理困扰视为连接非工作时间工作连通行为与精神离职的中介变量。

2.1.4 精神离职

精神离职是指员工虽然仍然保留组织成员身份并继续履行基本工作职责，却在心理层面逐渐从工作角色、组织目标和主动贡献中退出的状态。Kahn（1990）关于个人投入与疏离的研究为理解工作角色中的心理撤离提供了经典基础；Anand、Doll 与 Ray（2024）关于安静离职量表的开发也说明，最低限度履职和低投入倾向已成为可测量的组织行为现象。

2.1.5 休闲时间体育锻炼

休闲时间体育锻炼是指员工在非工作时间出于健康、娱乐、放松或自我提升目的而主动参与的身体活动，包括快走、跑步、骑行、游泳、球类运动、健身训练、瑜伽和舞蹈等。本文关注工作之外的主动体育锻炼，而非岗位要求产生的工作性体力活动。体育锻炼能够帮助员工暂时脱离工作要求，恢复情绪资源和身体能量。

表 1：核心概念、操作性定义与理论角色

变量	操作性定义	模型角色	主要参考来源
非工作时间工作连通行为频率	员工在非工作生活情境中通过数字工具查看、回复或处理工作事务的发生频率。	自变量	Boswell 与 Olson-Buchanan（2007）；Richardson 与 Benbunan-Fich（2011）
非工作时间工作连通行为持续时长	员工在午休、下班后、双休日或节假日处理工作事务所占用的时间长度。	自变量	Richardson 与 Thompson（2012）；Derks 等人（2014）
心理困扰	员工近期紧张、烦躁、疲惫、无望和难以放松等负性心理状态。	中介变量	Kessler 等人（2002）；Li 等人（2024）
精神离职	员工仍在组织中但心理层面从工作角色、组织目标和主动贡献中退出。	因变量	Kahn（1990）；Anand 等人（2024）
休闲时间体育锻炼	员工在非工作时间主动参与的身体活动和恢复行为。	调节变量	Feuerhahn 等人（2014）

资料来源：根据本文研究设计整理。

2.2 理论基础

2.2.1 边界理论

边界理论关注个体如何在工作、家庭和私人生活等不同领域之间建立、维持与转换边界。Clark（2000）提出的工作家庭边界理论指出，边界的灵活性和渗透性会影响个体在不同生活领域之间的角色转换。Ashforth、Kreiner 与 Fugate（2000）也指出，微观角色转换会受到角色边界强弱的制约。非工作时间工作连通行为使工作信息进入私人时间，增强工作角色对生活领域的渗透。

2.2.2 资源保存理论

资源保存理论认为，个体会努力获取、保存和保护有价值的资源，包括时间、精力、情绪稳定性和社会支持等。Hobfoll（1989）指出，当个体资源受到威胁、实际损失或投入后无法获得相应回报时，压力反应便可能产生。非工作时间工作连通行为不断消耗员工的恢复时间和注意力资源，因而可能引发心理困扰。

2.2.3 工作要求资源模型

工作要求资源模型认为，高工作要求如果缺少相应资源支持，员工容易产生耗竭和消极工作结果；工作资源则有助于缓冲工作要求的负面作用。Bakker 与 Demerouti（2007）强调，工作要求与资源之间的平衡影响员工能否持续保持投入。本文将非工作时间工作连通行为视为延伸性工作要求，将休闲时间体育锻炼视为个体恢复资源。

2.3 文献述评

综合现有研究可以发现，非工作时间工作连通行为与工作生活冲突、心理脱离、耗竭和消极工作态度之间具有较为明确的联系。积极的一面在于，数字工具提高了组织响应速度和沟通便利性；消极的一面在于，持续连通会使员工难以从工作角色中退出。现有研究对精神离职的直接关注仍然不足，也较少同时检验心理困扰的中介机制和休闲时间体育锻炼的缓冲机制。基于此，本文将五个变量纳入同一理论模型，拟采用结构模型同时检验直接路径、中介路径和调节路径。

3.研究假设与理论模型

3.1 工作连通行为频率与心理困扰

非工作时间工作连通行为频率越高，意味着员工在休息、社交、家庭生活和个人活动中越容易被工作信息反复打断。频繁打断会增加角色转换成本，使员工难以完成心理脱离，并持续保持对工作事务的警觉。Derks、van Mierlo 与 Schmitz（2014）的研究说明，工作相关智能手机使用与心理脱离和耗竭之间存在关系。因此提出：

H1：非工作时间工作连通行为频率对知识型员工心理困扰具有显著正向影响。

3.2 工作连通行为持续时长与心理困扰

非工作时间工作连通行为持续时长反映员工在午休、下班后、双休日或节假日被工作事务实际占用的时间。持续时长越长，员工用于恢复、睡眠、家庭互动和个人兴趣的时间越少，资源消耗越难以修复。依据资源保存理论，持续的资源损失可能进一步引发压力反应。因此提出：

H2：非工作时间工作连通行为持续时长对知识型员工心理困扰具有显著正向影响。

3.3 心理困扰与精神离职

心理困扰会改变员工对工作的评价方式。当员工长期处于紧张、疲惫和难以放松的状态时，工作更容易被体验为持续索取资源的压力来源，而非实现成长和获得意义的场域。随着心理困扰累积，员工可能减少额外投入、降低主动协作意愿，并逐渐表现出精神离职。因此提出：

H3：心理困扰对知识型员工精神离职具有显著正向影响。

3.4 休闲时间体育锻炼的调节作用

休闲时间体育锻炼能够帮助员工暂时从工作要求中抽离，并通过身体活动获得积极情绪和控制感。Feuerhahn、Sonnentag 与 Woll（2014）发现，下班后的运动活动与晚间积极情绪有关。由此可见，体育锻炼可能削弱工作连通行为对心理困扰的消极影响。因此提出：

H4：休闲时间体育锻炼负向调节非工作时间工作连通行为频率与心理困扰之间的关系。

H5：休闲时间体育锻炼负向调节非工作时间工作连通行为持续时长与心理困扰之间的关系。

3.5 心理困扰的中介作用

非工作时间工作连通行为可能并不直接导致员工精神离职，而是先通过持续边界侵入和资源损耗引发心理困扰，进而削弱员工对工作角色和组织目标的认同。心理困扰在这一过程中承担解释机制的作用。Li 等人（2024）的研究也提示，心理困扰能够连接非工作时间工作连通行为与消极工作行为。因此提出：

H6：心理困扰在非工作时间工作连通行为频率与知识型员工精神离职之间发挥中介作用。

H7：心理困扰在非工作时间工作连通行为持续时长与知识型员工精神离职之间发挥中介作用。

3.6 理论模型

根据上述理论推导，本文构建由非工作时间工作连通行为、心理困扰、精神离职和休闲时间体育锻炼组成的结构模型。非工作时间工作连通行为频率和持续时长为自变量，心理困扰为中介变量，精神离职为因变量，休闲时间体育锻炼为调节变量。模型计划同时检验两个直接影响路径、一个结果路径、两个调节路径和两个中介路径，如图 1 所示。

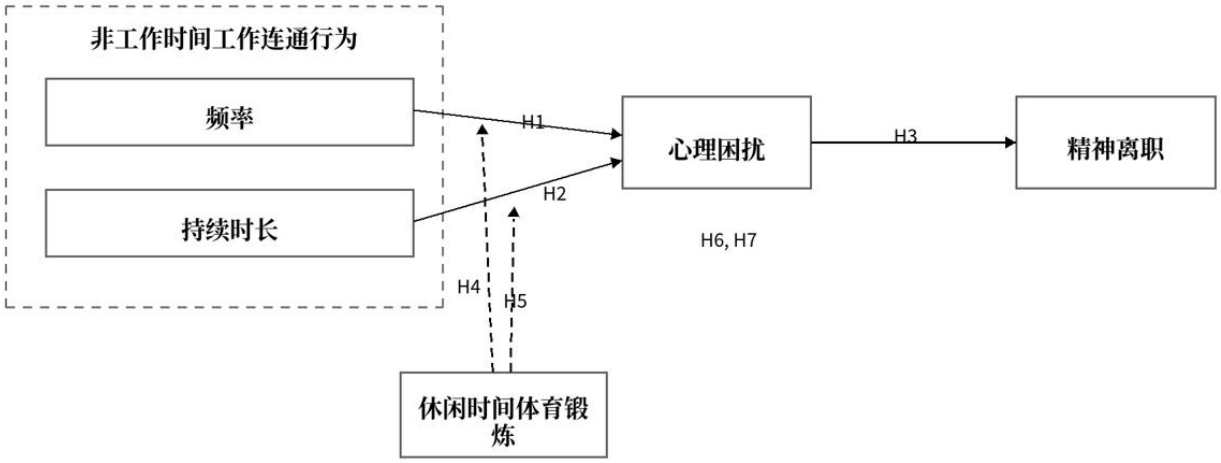


图 1：非工作时间工作连通行为影响知识型员工精神离职的理论模型
资料来源：作者自制。

4.研究方案与设计

4.1 研究设计定位与技术路线

本文采用定量研究思路，现阶段完成研究问题提出、概念界定、理论分析、研究假设推导、理论模型构建和研究方案设计；问卷预调查、正式调查、数据筛选及统计检验均属于后续拟实施环节。研究设计强调理论逻辑、测量工具和统计方法之间的一致性：研究问题决定变量关系，理论基础支持假设推导，操作性定义连接抽象概念与问卷题项，结构模型用于检验直接效应、中介效应和调节效应。具体技术路线如图 2 所示。

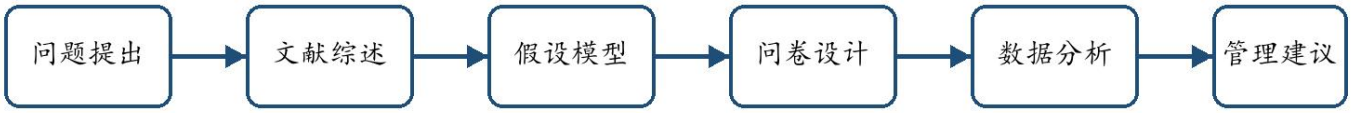


图 2：研究技术路线图
注：问卷预调查、正式调查、数据收集、统计分析及假设检验均为后续拟实施环节。资料来源：作者自制。

4.2 研究对象与抽样设计

研究对象拟为企业中的知识型员工，样本覆盖互联网、制造业研发部门、金融服务、咨询服务、教育培训、专业服务、医药研发、平台型企业和综合型企业职能部门等行业或岗位类型。为保证受访者能够对非工作时间工作连通行为和自身心理状态作出有效判断，正式问卷将设置筛选题，确认受访者为正式员工或长期合同员工，且过去三个月内具有使用数字工具处理工作事务的经历。

考虑研究实施条件，本文拟采用便利抽样与滚雪球抽样相结合的方式，并通过线上问卷收集数据。综合考虑核心题项数量、模型复杂程度、结构模型稳定估计及调节效应检验的需要，正式研究计划发放约 400 份问卷，以获得不少于 300 份有效问卷。数据回收后将剔除作答时间异常、连续选择同一选项、逻辑矛盾、缺失严重及不符合知识型员工标准的问卷。

4.3 变量测量与问卷结构

问卷拟包括研究说明、筛选题、人口统计信息和核心变量测量四个部分。核心变量均采用成熟量表优先、情境适配和语义清晰原则进行设计。非工作时间工作连通行为频率和持续时长采用 Likert 五点计分；心理困扰可采用七点计分；精神离职采用五点计分；休闲时间体育锻炼则从锻炼强度、单次锻炼时间和锻炼频率三个方面形成综合指标。具体题项将在专家评审和预调查后进一步修订。

表 2：主要变量的测量安排与问卷内容

部分	主要内容	测量方式	设计说明
筛选与说明	知识型员工身份、数字工具使用经历、匿名与学术用途说明	选择题与文字说明	保证受访者符合研究对象要求
人口统计信息	性别、年龄、学历、行业、岗位、工作年限和平均工作时长	分类选择题	用于描述样本结构及必要的差异分析
工作连通行为频率	非工作生活情境中查看、回复或处理工作信息的频率	Likert 五点量表；拟设 9 项	自变量之一，反映反复打断程度
工作连通持续时长	午休、下班后、双休日和节假日处理工作事务的时间	Likert 五点量表；拟设 4 项	自变量之一，反映时间占用程度
心理困扰	紧张、无望、烦躁、疲惫、情绪低落等状态	Likert 七点量表；拟设 6 项	中介变量
精神离职	低投入、最低限度履职、主动性下降和心理疏离	Likert 五点量表；拟设 8 项	因变量
休闲时间体育锻炼	锻炼强度、单次锻炼时间和锻炼频率	分级题项；拟设 3 项	调节变量

资料来源：根据本文研究设计整理。

4.4 问卷预调查与量表修订计划

正式调查前，本文拟开展专家评审与小规模预调查。专家评审重点检查变量定义、题项内容覆盖、语言准确性和知识型员工情境适配性。预调查计划获得约 40 至 60 份有效问卷，主要用于检查题项可理解性、问卷填答时间、校正项总相关系数和初步内部一致性，并结合受访者反馈识别题项歧义、双重提问、表达重复和选项设置不合理等问题。预调查不用于确认正式模型，也不用于检验研究假设。

预调查数据拟使用 SPSS 进行描述性统计、题项分析和 Cronbach’s α检验。对于校正项总相关系数偏低、删除后α明显提高或受访者普遍反映难以理解的题项，将结合变量定义和理论含义进行修改或删除。正式调查获得大样本后，再通过测量模型检验进一步判断题项质量。

4.5 数据收集与质量控制

正式数据收集将遵循匿名、自愿和仅用于学术研究的原则。问卷开头说明研究目的、作答方式和隐私保护要求，避免收集与研究无关的个人敏感信息。线上数据将设置必答项、合理作答时间和逻辑检查。数据回收后，研究将建立明确的筛选规则，包括剔除答题时间异常、缺失比例过高、同一选项连续作答、前后逻辑矛盾以及不符合样本条件的问卷。

为降低共同方法偏差，问卷设计阶段将采用匿名作答、题项随机或分区呈现、强调不存在标准答案以及避免诱导性措辞等程序控制方式；数据分析阶段则计划采用统计检验进行辅助判断。

质量控制的目的不是机械提高统计指标，而是保证样本确实来自目标人群，并使每个变量的测量内容与理论定义保持一致。

4.6 拟采用的数据分析方案

正式调查完成后，研究拟使用 SPSS 和 SmartPLS 软件进行数据处理。分析首先开展问卷筛选、样本描述和变量描述，并以程序控制为主、统计诊断为辅评估共同方法偏差；随后分别计算各分量表的 Cronbach's α、组合信度和平均方差提取量，并检验区分效度；最后采用偏最小二乘结构方程模型估计直接路径、Bootstrap 中介效应和交互项调节效应。

表 3：计划采用的数据分析步骤与研究目的

步骤	分析内容	主要方法	对应研究目的
1	问卷筛选与数据清理	缺失值、作答时间、逻辑一致性和异常模式检查	获得有效样本
2	样本与变量描述	频数、百分比、均值、标准差和题项排序	描述样本结构和变量总体水平
3	共同方法偏差诊断	程序控制为主，统计诊断为辅	评估同源测量的潜在影响
4	初步信度分析	Cronbach's α和校正项总相关系数	检验内部一致性
5	测量模型检验	因子载荷、CR、AVE 和区分效度	验证量表质量
6	结构模型检验	路径系数、t 值、p 值和置信区间	检验 H1、H2 和 H3
7	中介效应检验	Bootstrap 间接效应置信区间	检验 H6 和 H7
8	调节效应检验	标准化交互项和简单斜率分析	检验 H4 和 H5

资料来源：根据本文研究设计整理。

5.研究设计总结与预期贡献

5.1 研究设计总结

本文围绕非工作时间工作连通行为如何影响知识型员工精神离职，完成了研究问题提出、核心概念界定、理论关系推导、研究假设构建和实证方案设计。研究将非工作时间工作连通行为区分为频率和持续时长两个维度，以心理困扰为中介变量，以精神离职为结果变量，并将休闲时间体育锻炼作为调节变量，形成包含直接路径、中介路径和调节路径的理论模型。

5.2 预期理论贡献

第一，研究将非工作时间工作连通行为细化为频率和持续时长两个维度，有助于揭示不同类型工作连通压力的差异化影响。第二，研究将精神离职纳入结果变量体系，能够补充正式离职、

离职倾向和职业倦怠研究之外的隐性撤离视角。第三，研究同时检验心理困扰的中介作用和休闲时间体育锻炼的调节作用，有助于整合边界理论、资源保存理论、工作要求资源模型和恢复研究。

5.3 预期实践价值

后续实证结果可从多个层面支持企业管理决策。变量总体评价和题项排序能够帮助企业识别非工作时间数字沟通中的相对薄弱项；直接路径系数能够判断工作连通行为对心理困扰和精神离职的影响强度；中介效应能够说明心理困扰是否是员工精神离职的关键预警信号；调节效应能够说明休闲时间体育锻炼是否可以作为员工恢复支持的重要抓手。管理建议将据此围绕非工作时间沟通规范、管理者示范、员工心理健康预警、运动促进和弹性休息安排展开。

5.4 研究局限与后续安排

本文目前属于研究设计型成果，尚未完成正式问卷数据收集，因此不报告“结果表明”“假设得到支持”等未经检验的实证结论。后续研究将按照既定方案依次完成专家评审、预调查、正式调查和数据分析，并根据预调查结果进一步修订量表。便利抽样可能限制样本代表性，横截面问卷也难以完全识别因果关系；未来可在不同行业、岗位层级和组织文化中进行重复检验，并结合访谈或纵向数据提高研究结论的稳健性。

6.参考文献

[1]董可心、毛国辉、童旭（2023）。非工作时间工作连通行为与工作倦怠的关系：一个有调节的中介模型。心理学进展，13（11），4933-4942。

[2]马红宇、谢菊兰、唐汉瑛、申传刚、张晓翔（2016）。工作性通信工具使用与双职工夫妻的幸福感：基于溢出-交叉效应的分析。心理学报，48（1），48-58。

[3]叶萌、唐汉瑛、谢菊兰、马红宇、岳闪闪（2018）。非工作时间使用通信技术处理工作的“双刃剑”效应及心理机制。心理科学，41（1），160-166。

[4]张晓翔、马红宇、谢菊兰、唐汉瑛、周殷（2013）。工作-家庭中心性与心理解脱：非工作时间工作连通行为的中介作用。中国临床心理学杂志，21（6），1008-1012。

[5]Anand, A., Doll, J., & Ray, P. (2024). Drowning in silence: A scale development and validation of quiet quitting and quiet firing. International Journal of Organizational Analysis, 32(4), 721-743.

[6]Ashforth, B. E., Kreiner, G. E., & Fugate, M. (2000). All in a day's work: Boundaries and micro role transitions. Academy of Management Review, 25(3), 472-491.

[7]Bakker, A. B., & Demerouti, E. (2007). The job demands-resources model: State of the art. Journal of Managerial Psychology, 22(3), 309-328.

[8]Boswell, W. R., & Olson-Buchanan, J. B. (2007). The use of communication technologies after hours: The role of work attitudes and work-life conflict. Journal of Management, 33(4), 592-610.

[9]Clark, S. C. (2000). Work/family border theory: A new theory of work/family balance. Human Relations, 53(6), 747-770.

[10]Derks, D., van Mierlo, H., & Schmitz, E. B. (2014). A diary study on work-related smartphone use, psychological detachment and exhaustion: Examining the role of the perceived segmentation norm. Journal of Occupational Health Psychology, 19(1), 74-84.

[11]Feuerhahn, N., Sonnentag, S., & Woll, A. (2014). Exercise after work, psychological mediators, and affect: A day-level study. European Journal of Work and Organizational Psychology, 23(1), 62-79.

[12]Hobfoll, S. E. (1989). Conservation of resources: A new attempt at conceptualizing stress. American Psychologist, 44(3), 513-524.

[13]Kahn, W. A. (1990). Psychological conditions of personal engagement and disengagement at work. Academy of Management Journal, 33(4), 692-724.

[14]Kessler, R. C., Andrews, G., Colpe, L. J., Hiripi, E., Mroczek, D. K., Normand, S. L. T., Walters, E. E., & Zaslavsky, A. M. (2002). Short screening scales to monitor population prevalences and trends in non-specific psychological distress. Psychological Medicine, 32(6), 959-976.

[15]Richardson, K. M., & Benbunan-Fich, R. (2011). Examining the antecedents of work connectivity behavior during non-work time. Information and Organization, 21(3), 142-160.

[16]Richardson, K. M., & Thompson, C. A. (2012). High tech tethers and work-family conflict: A conservation of resources approach. Engineering Management Research, 1(1), 29-43.

电商售前场景下智能客服交互风格对消费者满意度的影响机制——情感依恋的中介作用

The Effect of Intelligent Customer Service Interaction Style on Consumer Satisfaction in E-commerce Pre-sales: The Mediating Role of Emotional Attachment

蒋庆雪　泰国南邦国际科技学院国际学院　邮箱：977037902@qq.com

Jiang Qing-xue, International College, Lampang Inter-Tech College, Thailand. Email: 977037902@qq.com

摘要: 随着人工智能技术在电商服务领域的广泛应用，智能客服已成为消费者获取商品信息和形成服务评价的重要交互载体。现有研究较多关注智能客服拟人化、沟通风格及其对消费者行为的直接影响，但对交互风格如何通过持续性情感联结影响消费者满意度，仍缺乏系统解释。本文以电商售前咨询为研究场景，基于 S-O-R 理论、依恋理论和社会认知研究中的温暖—能力框架，将智能客服交互风格区分为社交导向型和任务导向型，构建“智能客服交互风格—情感依恋—消费者满意度”的理论模型。理论推演认为，在信息准确性、响应速度和问题解决效果基本一致的条件下，社交导向型交互风格通过传递温暖、共情和亲近等社交线索，可能更有利于增强消费者对智能客服的情感依恋，并进一步改善消费者满意度；任务导向型交互风格则主要通过专业性和效率感知满足消费者的功能需求。本文为解释智能客服交互风格影响消费者满意度的情感路径提供理论框架，并为电商企业实施场景化、动态化的智能客服交互设计提供参考。相关理论关系仍需通过后续情境实验或问卷调查进行验证。

关键词: 智能客服,交互风格,情感依恋,消费者满意度,S-O-R 理论

Abstract: With the widespread application of artificial intelligence in e-commerce services, intelligent customer service has become an important interface through which consumers obtain product information and evaluate service experiences. Prior research has largely examined anthropomorphism, communication style, and their direct effects on consumer responses, while the emotional pathway linking interaction style to consumer satisfaction remains insufficiently explained. Drawing on the stimulus-organism-response framework, attachment theory, and the warmth-competence perspective in social cognition, this paper distinguishes social-oriented and task-oriented interaction styles and develops a theoretical model of interaction style, emotional attachment, and consumer satisfaction. Theoretical deduction suggests that, when information accuracy, response speed, and problem-solving effectiveness are broadly equivalent, a social-oriented style may strengthen consumers' emotional attachment by conveying warmth, empathy, and relational closeness, thereby improving satisfaction. A task-oriented style primarily satisfies functional needs by emphasizing competence and efficiency. This paper provides a testable framework for explaining the emotional mechanism through which interaction style influences satisfaction and offers implications for context-sensitive and adaptive intelligent customer service design. The proposed relationships require further validation through scenario experiments or questionnaire research.

Keywords: intelligent customer service, interaction style, emotional attachment, consumer satisfaction, S-O-R theory

1.引言

1.1 研究背景

随着数字经济与人工智能技术持续融入消费服务，智能客服已从早期依赖固定规则和关键词匹配的问答工具，逐步发展为能够识别语义、生成回复并参与服务沟通的智能交互主体。电商平台将智能客服广泛应用于商品属性说明、促销规则解释、库存查询、订单咨询和售前导购等环节，以延长服务时段、提高响应速度并降低重复性服务成本（罗莉娟等人，2025）。智能客服由后台辅助工具转向前台服务接触点后，其表达方式、互动节奏和沟通语气开始直接影响消费者对平台服务质量的判断。

在电商售前咨询中，消费者通常处于信息搜寻、比较评估和购买决策形成阶段。此时，消费者不仅需要准确、及时地获得商品规格、适用范围和交易规则等功能性信息，也可能希望客服能够理解其顾虑、回应其情绪并提供具有针对性的建议。换言之，智能客服的服务价值不再局限于“给出答案”，还包括“以何种方式给出答案”。当回复过于机械、缺乏回应感时，即使信息基本正确，也可能使消费者感到被敷衍；当交互语言自然、礼貌且能够体现理解时，消费者更可能形成积极的服务体验。

从交互目标来看，智能客服沟通大体可区分为任务导向型与社交导向型。任务导向型交互强调问题解决、信息准确和流程效率，语言通常简洁、直接、标准化；社交导向型交互则在完成咨询任务的同时，加入问候、共情、柔性语气和适度的拟人化表达，以营造友好、温暖的沟通氛围。两类风格代表不同的服务侧重点，也可能激活消费者不同的心理评价维度。前者主要传递能力与效率，后者在保留功能性服务的基础上额外传递温暖与关系线索。

现有研究已从拟人化程度、人工智能身份披露、社会角色、沟通风格和社会临场感等角度讨论智能客服的消费者效应。Van Dolen、Dabholkar 与 De Ruyter（2007）发现，在线服务中的沟通风格会影响顾客满意度；Keeling、McGoldrick 与 Beatty（2010）进一步区分社交导向型与任务导向型沟通，并验证不同风格在信任形成方面的差异。郭蕊（2024）的研究也表明，人工智能客服沟通风格会影响用户的社会感知和复用意愿。这些成果说明，交互风格并非单纯的话术差异，而是能够改变消费者心理判断的重要服务线索。

不过，既有研究较多关注交互风格对满意度、信任、购买意愿或持续使用意愿的直接影响，对消费者如何由外部沟通线索形成较稳定的情感联结，并进一步产生满意评价的解释仍不充分。特别是在售前场景中，社交导向型交互的优势不能简单归因于“话更多”或“更像人”，而需要回答其通过何种内部心理状态发挥作用，以及这种作用在什么条件下才可能成立。基于此，本文引入情感依恋作为中介变量，尝试从“交互风格—情感联结—满意评价”的路径解释智能客服交互风格影响消费者满意度的内在机理。

1.2 研究问题

围绕上述现实背景与文献缺口，本文重点回答三个问题：第一，在信息准确性和响应效率基本一致的条件下，社交导向型与任务导向型智能客服交互风格是否会对消费者满意度产生差异化影响；第二，两类交互风格是否会对消费者情感依恋产生差异化影响，即社交性线索能否使消费者对智能客服形成更强的亲近感、联结感和情感投入；第三，情感依恋是否在智能客服交互风格与消费者满意度之间发挥中介作用，从而形成“外部交互刺激—内部情感联结—满意评价”的完整传导路径。

1.3 研究意义

在理论层面，本文首先将情感依恋纳入智能客服交互风格与消费者满意度之间，构建单中介理论模型，补充以往研究主要关注直接效应的不足。相较于将消费者满意度简单视为沟通风格的直接结果，情感依恋能够进一步解释消费者为何会因不同表达方式产生差异化评价。其次，本文将依恋理论由传统人际关系和品牌关系场景延伸至智能客服交互场景，并强调情感依恋是在既有接触经验基础上由当前互动激活和强化的相对稳定联结，从而避免将一次对话中的短暂愉悦与长期依恋混同。再次，本文结合 S-O-R 理论与社会认知理论，将交互风格、温暖—能力感知、情感联结和满意评价纳入同一逻辑框架，为后续实证研究提供可检验的理论命题。

在实践层面，本文有助于电商企业认识到智能客服设计既不能只追求回复速度，也不能在所有场景中机械增加社交化话术。企业应在保证信息准确和处理效率的基础上，根据咨询任务、产品属性、消费者情绪和互动阶段配置交互风格。对于需要消除顾虑、提供建议或建立关系的售前咨询，可适度增加共情与柔性表达；对于标准化、时间敏感的查询任务，则应保持简洁高效，并在关键节点提供必要的礼貌回应。通过差异化配置，企业能够在服务效率与情感体验之间形成更合理的平衡。

1.4 研究思路与文章结构

本文按照“现实问题识别—理论基础整合—变量关系推演—概念模型构建—实践启示提炼”的思路展开。首先，从电商售前智能客服由功能工具转向交互主体的现实变化出发，识别交互风格直接效应研究较多而情感依恋传导机制研究不足的问题；其次，运用 S-O-R 理论确定总体传导结构，借助依恋理论解释情感联结的形成，并以社会认知理论中的温暖—能力框架区分两类交互风格的认知线索；再次，在文献梳理基础上提出 H1 至 H4，并构建单中介理论模型；最后，讨论研究贡献、管理启示、局限以及后续实证检验方向。

2.理论基础

2.1 S-O-R 理论

S-O-R 理论由 Mehrabian 与 Russell（1974）提出，其基本逻辑是外部环境刺激（Stimulus）会改变个体的内部认知与情感状态（Organism），进而引发态度或行为反应（Response）。该理论最初用于解释环境线索如何影响个体情绪与趋近—回避行为，随后被广泛应用于消费环境、服务接触、网络零售和人机交互研究。其优势在于能够把外部可观察线索、内部心理加工过程和最终评价结果连接起来，从而避免只讨论刺激与结果之间的表面相关关系。

在智能客服场景中，消费者首先接触到的是客服的语言表达、回复节奏、话术结构和互动方式，这些因素构成外部刺激。消费者在接收刺激后，会形成对智能客服温暖程度、专业能力、可信度和社会性的判断，并伴随好感、亲近感或疏离感等内部心理变化。最终，这些内部状态会反映在满意度、复用意愿、购买意愿或口碑评价等反应变量上。因此，智能客服交互风格并不是直接、机械地决定消费者满意度，而是需要经过消费者的认知与情感加工。

在本文模型中，智能客服交互风格对应刺激（S），情感依恋对应机体（O），消费者满意度对应反应（R）。这一对应关系具有两层含义：一方面，交互风格是企业可以设计和调整的外部服务线索；另一方面，情感依恋是消费者内部形成的关系性心理状态，能够把一次具体

互动与更稳定的服务评价联系起来。通过 S-O-R 框架，本文可以系统解释交互风格如何先影响情感联结，再影响满意评价。

2.2 依恋理论

依恋理论最初用于解释个体与重要他人之间的稳定情感联结（Bowlby，1969），其核心在于个体会对能够持续回应需求、提供安全感和保持可接近性的对象形成情感纽带。随着消费者行为研究的发展，依恋概念被拓展至消费者与品牌、产品及服务对象之间的关系。Thomson、MacInnis 与 Park（2005）将消费者情感依恋概括为喜爱、联结和激情等情感强度，并指出这种情感纽带能够影响消费者评价及后续行为。Malar、Krohmer、Hoyer 与 Nyffenegger（2011）进一步发现，品牌形象与消费者自我概念的契合有利于情感依恋形成。

情感依恋不同于一般满意或短暂情绪。满意度通常是消费者针对某次服务体验作出的总体评价，而情感依恋强调消费者与对象之间形成的较稳定关系性联结。一次友好的对话可能带来即时愉悦，但只有当这种互动与消费者既有经验相结合，并使其感到对象可亲近、可回应和具有一定连续性时，才可能表现为依恋倾向。因此，研究智能客服情感依恋需要关注消费者既往接触经验、互动频率和智能体角色认知。

从构念边界来看，情感依恋主要体现为亲近感、联结感、情感投入和难以割舍感，不应把认知性信任、持续使用意愿或主动选择倾向直接纳入其内涵。信任反映消费者对智能客服可靠性和能力的判断，持续使用意愿则属于行为结果。明确这些差异，有助于避免情感依恋与满意度、信任及复用意愿之间发生概念重叠。

在人机交互场景中，用户可能将社会属性和情感期待投射到具有拟人化表达能力的智能体上。Zhang 与 Rau（2023）发现，智能体的拟人化程度与社会角色会影响用户情感依恋和信息披露倾向；沈鹏熠、李金雄与万德敏（2025）也指出，朋友型聊天机器人比助手型聊天机器人更容易激发顾客情感依恋。这表明，当智能客服不只被视为执行命令的工具，而被感知为能够理解和回应自身需求的社会性主体时，消费者更可能形成情感联结。本文据此将情感依恋理解为消费者基于既往使用经验，在当前互动中被激活和强化的亲近感、联结感与依赖倾向。

2.3 社会认知理论

社会认知研究中的刻板印象内容模型认为，人们通常从温暖与能力两个基本维度评价他人或具有社会属性的对象。温暖反映对象是否友善、真诚、具有善意并值得信任，能力反映对象是否专业、高效、可靠并能够完成任务（Fiske、Cuddy 与 Glick，2007）。当智能客服采用拟人化语言并参与社会性互动时，消费者也可能依据这两个维度形成判断。

社交导向型交互通过问候、共情、情绪回应和柔性表达传递温暖线索，有利于缩短心理距离并形成情感联结。任务导向型交互通过简洁、准确和直接的回复传递能力线索，有利于突出专业性与效率。两类风格并非绝对优劣关系：如果社交导向型表达牺牲信息质量或延长问题处理时间，其温暖优势可能被抵消；如果任务导向型表达能够在高效率基础上保留必要礼貌，也不必然导致低满意度。因而，本文将信息准确性和响应效率基本一致作为理论比较的重要条件，重点考察额外社交线索是否能够通过情感依恋产生增量作用。

2.4 多理论整合逻辑

三项理论在本文中承担不同而互补的解释功能。S-O-R 理论提供“刺激—机体—反应”的总体结构，回答交互风格为何需要通过内部心理状态影响满意度；社会认知理论解释社交导向型与任务导向型交互分别传递何种认知线索，即温暖与能力；依恋理论则进一步说明温暖、回

应性和社会角色如何转化为较稳定的关系性情感联结。三者结合后，交互风格不再只是语言形式差异，而被视为能够改变消费者社会认知、激活情感依恋并最终影响满意评价的外部刺激。

表 1: 理论基础与研究模型的对应关系

理论基础	核心观点	本文对应变量	主要解释作用
S-O-R 理论	外部刺激通过内部心理状态引发态度或行为反应	交互风格—情感依恋—消费者满意度	搭建总体传导结构
依恋理论	持续回应与可接近性有利于形成稳定情感联结	情感依恋	解释关系性情感的形成与作用
社会认知理论	个体主要依据温暖和能力评价社会对象	社交导向型与任务导向型交互风格	区分两类交互风格传递的认知线索

资料来源:本研究整理

3.文献综述与研究假设

3.1 智能客服交互风格与消费者满意度

智能客服交互风格是指智能会话系统在与消费者沟通过程中表现出的语言特征、回应逻辑和互动倾向。社交导向型交互在完成咨询任务的同时关注关系建立与情感体验，通常包含礼貌问候、共情回应、生活化表达、适度表情符号和情绪支持；任务导向型交互以快速、准确地完成信息传递为主要目标，语言更简洁、直接和标准化。二者的差异不仅体现在文字长度，还体现在服务目标、注意焦点和消费者感知到的社会属性。

消费者满意度是对服务过程与结果的综合评价。在售前咨询中，信息准确性、回复速度和问题解决程度构成满意度的功能性基础，而互动自然度、被理解感和沟通舒适度则构成关系性体验。任务导向型交互能够提高信息处理效率，特别适合规则明确、答案标准化和时间敏感的咨询；社交导向型交互则能够通过温暖表达降低交流距离，使消费者感到其问题和情绪受到重视。只要社交元素没有削弱信息质量，其关系性收益就可能转化为更高的总体满意评价。

Van Dolen、Dabholkar 与 De Ruyter（2007）指出，在线服务中的沟通风格会影响顾客满意度。Keeling、McGoldrick 与 Beatty（2010）发现，社交导向型沟通有助于建立消费者信任，而任务导向型沟通在强调信息搜寻和效率的情境中可能更具优势。郭蕊（2024）进一步表明，人工智能客服沟通风格能够通过社会感知影响用户复用意愿。Luo、Tong、Fang 与 Qu（2019）关于人工智能身份披露的研究也说明，人机交互线索会改变消费者对服务主体的判断与购买反应。由此可见，交互风格能够通过改变消费者对服务过程的温暖、自然和被理解程度，影响其总体满意评价。

需要强调的是，社交导向型交互并不意味着越多社交话术越好。过度寒暄、无关表达或不合时宜的拟人化可能增加认知负担，甚至使消费者产生被操控感。本文的理论比较以两类交互提供同等准确的信息并保持相近响应效率为前提，考察社交导向型交互所增加的温暖和关系线索能否带来满意度增量。基于上述分析，提出假设 H1。

假设 H1：在信息准确性和响应效率基本一致的条件下，与任务导向型相比，社交导向型智能客服交互风格更有利于提升消费者满意度。

3.2 智能客服交互风格与情感依恋

情感依恋反映消费者对智能客服形成的亲近感、联结感、情感投入和难以割舍感，具有相对稳定性，区别于某次对话中短暂的愉悦、惊讶或烦躁。依恋理论认为，持续、积极且具有回应性的互动有利于形成心理安全感与情感纽带。对消费者而言，智能客服是否能够及时回应、理解表达并保持一致的互动风格，会影响其是否把该系统视为可接近、可依赖的服务对象。

社交导向型智能客服通过共情、关怀和柔性语言增强消费者的温暖感知，使智能客服不再只是功能性工具，而更接近可互动的社会主体。消费者在感知到智能客服能够理解其需求、回应其顾虑并保持友好态度时，更容易产生亲近感和关系连续性预期。随着既往使用经验与当前积极互动相互强化，这种感受可能由即时好感转化为相对稳定的情感依恋。

Zhang 与 Rau（2023）的研究证实，智能体的社交角色和拟人化程度能够影响用户情感依恋；沈鹏熠等人（2025）发现，朋友型聊天机器人比助手型聊天机器人更容易促成顾客情感依恋。Park、MacInnis、Priester、Eisingerich 与 Iacobucci（2010）进一步指出，情感依恋不同于一般态度强度，其形成依赖更深层的自我联结与情感纽带。相较之下，任务导向型交互虽然能够展示能力与效率，但社会性线索较少，消费者更容易把智能客服视为一次性解决问题的工具，较难形成较强的情感联结。

当然，情感依恋的形成还受到使用频率、既往体验、智能客服身份稳定性和消费者个体差异等因素影响。因此，本文并不认为一次社交化对话即可创造牢固依恋，而是认为社交导向型交互比任务导向型交互更有可能在既有使用经验基础上激活和强化依恋倾向。基于上述分析，提出假设 H2。

假设 H2：在信息准确性和响应效率基本一致的条件下，与任务导向型相比，社交导向型智能客服交互风格更有利于增强消费者情感依恋。

3.3 情感依恋与消费者满意度

消费者满意度是消费者将实际服务体验与事前预期、理想标准或以往经验进行比较后形成的总体评价。Fornell、Johnson、Anderson、Cha 与 Bryant（1996）提出的顾客满意度指数模型强调，满意度来源于消费者对质量、价值和预期实现程度的综合判断；Oliver（2014）则指出，满意度同时包含认知判断与情感评价。智能客服场景中的满意度既反映问题是否得到解决，也反映消费者对互动过程是否自然、舒适和被尊重的主观感受。

情感依恋能够通过多种方式提高满意度。首先，依恋使消费者对智能客服形成稳定的积极情感取向，从而更容易关注互动中的正向信息。其次，依恋能够降低心理距离，增强被理解感和关系连续性，使消费者对服务过程形成更积极的整体解释。再次，当消费者将智能客服视为熟悉、可信赖的服务对象时，轻微的表达瑕疵可能被更宽容地评价，而积极回应则更容易被归因为系统的友好与关心。

Thomson、MacInnis 与 Park（2005）说明，消费者与服务对象之间的情感纽带会影响评价和行为倾向。罗莉娟等人（2025）也指出，服务机器人的情感表达能够通过唤起积极情绪改善用户体验。虽然情感依恋与满意度都具有情感成分，但二者并不相同：前者是消费者与智能客服之间的关系性联结，后者是对特定服务体验的结果评价。正因为两者在概念上可区分，情感依恋才可能作为满意度的重要前因。基于上述分析，提出假设 H3。

假设 H3：消费者情感依恋正向影响消费者满意度。

3.4 情感依恋的中介作用

根据 S-O-R 理论，智能客服交互风格作为外部刺激，首先改变消费者对智能客服的温暖感知和关系判断，并进一步激活或强化情感依恋；情感依恋作为内部心理状态，又会影响消费者对本次服务的满意评价。这意味着社交导向型交互并非仅通过增加礼貌用语直接改善满意度，还可能通过建立“被理解、可亲近和愿意继续互动”的情感联结间接发挥作用。

具体而言，社交导向型交互中的问候和共情能够向消费者传递善意，柔性语气和拟人化表达能够增强互动自然度，持续回应则强化智能客服的可接近性。上述线索共同提高温暖感知，并使消费者把智能客服从单纯功能工具重新分类为具有社会属性的互动对象。当消费者由此形成更强的亲近感、联结感和情感投入时，其对本次咨询的整体满意度也会相应提高。任务导向型交互虽然可能直接通过效率提升满意度，但由于较少激活情感依恋，其经由关系性情感传导的间接作用相对有限。

郭蕊（2024）关于社会临场感中介效应的研究，为交互风格经由内部社会心理感知影响后续评价提供了间接支持。情感依恋比社会临场感更强调消费者与智能客服之间持续性的关系联结，因此能够进一步解释为何相同的信息服务在不同沟通方式下产生不同的满意评价。基于上述分析，提出假设 H4。

假设 H4：情感依恋在智能客服交互风格与消费者满意度之间发挥中介作用，即社交导向型交互风格通过提升消费者情感依恋，进一步提高消费者满意度。

3.5 研究模型与假设汇总

综合前述理论分析，本文以智能客服交互风格为自变量、情感依恋为中介变量、消费者满意度为因变量，构建单中介理论模型。模型同时包含交互风格对满意度的直接路径，以及交互风格经由情感依恋影响满意度的间接路径，如图 1 所示。

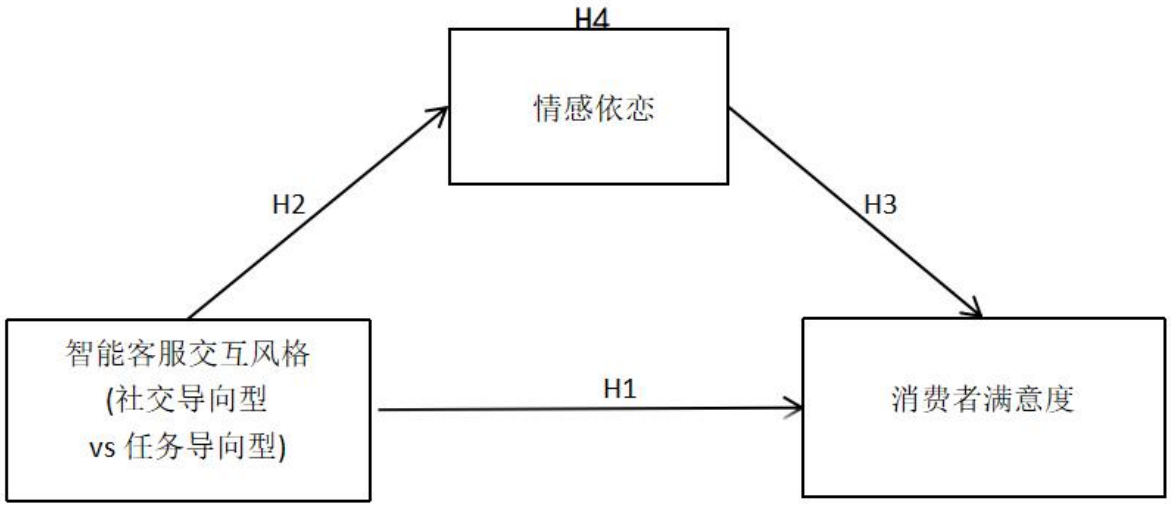


图 1: 理论模型

资料来源:本研究整理

表 2: 研究假设汇总

假设	假设内容
H1	在信息准确性和响应效率基本一致的条件下，社交导向型交互风格比任务导向型交互风格更能提升消费者满意度。
H2	在信息准确性和响应效率基本一致的条件下，社交导向型交互风格比任务导向型交互风格更有利于增强消费者情感依恋。
H3	消费者情感依恋正向影响消费者满意度。
H4	情感依恋在智能客服交互风格与消费者满意度之间发挥中介作用。

资料来源：本研究整理

4.研究设计

4.1 研究性质与研究方法

本文属于理论推演与概念模型构建研究，主要采用文献研究法、理论演绎法和概念模型构建法，不包含正式问卷数据或实验结果。首先，通过中国知网、Web of Science 等数据库梳理智能客服、交互风格、情感依恋和消费者满意度相关研究，明确变量内涵、理论来源与研究缺口。其次，以 S-O-R 理论为总体框架，结合依恋理论和社会认知理论，推演变量之间的直接关系和中介路径。最后，将理论命题整合为可供后续实证检验的单中介概念模型。

文献研究法的作用在于识别不同研究传统之间的关联。智能客服交互风格研究主要关注语言表达和沟通方式，情感依恋研究强调消费者与对象之间的关系性联结，满意度研究则关注服务体验评价。本文通过跨领域文献整合，将三类研究放置于同一理论链条中。理论演绎法的作用在于从经典理论和既有证据出发，逐步推导变量关系，而不是直接把相关变量进行机械拼接。概念模型构建法则把分散的理论命题转化为结构清晰、可检验的路径关系。

4.2 核心变量概念界定

4.2.1 智能客服交互风格

智能客服交互风格是智能会话系统在服务沟通中表现出的语言表达、回应逻辑和互动倾向。本文参照 Keeling、McGoldrick 与 Beatty（2010）的分类，将其区分为社交导向型和任务导向型。社交导向型在准确回答问题的基础上融入问候、共情、柔性语气和拟人化表达，强调温暖与关系体验；任务导向型以快速、准确完成咨询任务为中心，强调专业性、标准化和效率。两类风格的比较应在核心信息一致的条件下进行，否则信息质量差异会与沟通风格效应混杂。

4.2.2 情感依恋

情感依恋是消费者对智能客服形成的具有一定持续性的情感联结，主要表现为亲近感、联结感、情感投入和难以割舍感。考虑到依恋通常建立在一定接触经验之上，本文将其理解为消

费者基于既往使用经验，在当前互动中被激活和强化的相对稳定情感联结，而非一次对话产生的瞬时情绪。情感依恋不同于对智能客服能力的认知性信任，也不同于持续使用意愿等行为结果变量。该界定既保留依恋概念的持续性特征，也使其能够适配电商售前具体交互场景。

4.2.3 消费者满意度

消费者满意度是消费者在完成智能客服售前咨询后，将实际交互体验与事前预期、理想标准和以往服务经验进行比较所形成的总体评价，体现为对问题解决、沟通过程和服务感受的认可、愉悦与满足。该变量属于具体交互情境下的结果评价，与长期形成的情感依恋相区分。

4.3 理论推演流程

本文的理论推演包括五个递进环节。第一，识别现实问题。智能客服在提高服务效率的同时，也暴露出沟通机械、情感回应不足和场景适配不充分等问题，说明交互风格可能成为影响服务评价的重要因素。第二，识别文献缺口。既有研究已经验证沟通风格、拟人化和社会临场感对用户态度的影响，但对情感依恋如何连接交互风格与满意度的解释仍较有限。

第三，建立多理论对应关系。本文将智能客服交互风格、情感依恋和消费者满意度分别对应 S-O-R 框架中的刺激、机体和反应；使用社会认知理论解释社交导向型与任务导向型交互所传递的温暖和能力线索；使用依恋理论解释回应性、可接近性和社会角色如何形成关系性情感联结。第四，推导变量关系。根据既有研究和理论逻辑依次提出交互风格对满意度、交互风格对情感依恋、情感依恋对满意度的作用假设。第五，整合中介机制。将三组直接关系纳入同一链条，提出情感依恋的中介作用，并明确理论比较的控制条件和适用边界。

4.4 后续实证检验方案

4.4.1 情境实验设计

为检验本文假设，后续研究可采用单因素组间情境实验，将智能客服交互风格操纵为社交导向型与任务导向型两组。两组应使用相同商品、相同咨询问题、相同核心信息和相近回复长度，仅在问候、共情、柔性语气及拟人化表达等社交线索上形成差异。实验材料可模拟真实电商售前对话，并在正式实验前通过预实验检验交互风格操纵是否有效，同时确认两组在信息准确性、专业性和响应效率感知上不存在显著差异。

4.4.2 变量测量与样本控制

情感依恋可参考 Thomson、MacInnis 与 Park（2005）的情感依恋测量思路，并结合智能客服语境对亲近感、联结感、情感投入和难以割舍感进行情境化表述；消费者满意度可依据 Fornell 等人（1996）和 Oliver（2014）的满意度概念，从总体满意、预期符合和体验评价等方面测量。为确保受试者能够理解售前咨询场景，可要求样本具有电商购物和智能客服使用经验，并控制性别、年龄、使用频率、产品熟悉度和技术接受程度等变量。

4.4.3 数据分析思路

数据分析可先检验操纵有效性、量表信度和效度，再比较两组消费者满意度与情感依恋的均值差异，以检验 H1 和 H2；随后通过回归分析或结构方程模型检验情感依恋对满意度的影响，以检验 H3；最后采用 Bootstrap 方法估计间接效应及其置信区间，以检验 H4。若间接效应显著且置信区间不包含零，则可支持情感依恋的中介作用。后续研究还可引入产品类型、任务复杂度或消费者依恋倾向作为调节变量，进一步检验模型的边界条件。

5.理论贡献与实践启示

5.1 理论贡献

第一，本文尝试将情感依恋引入智能客服交互风格与消费者满意度之间，提出“交互风格—情感依恋—满意度”的中介路径，为解释智能客服沟通线索如何转化为满意评价提供了更细化的理论视角。与只讨论交互风格直接效应相比，该路径强调消费者内部关系性情感的传导作用，使模型能够回答“为什么社交化表达可能提高满意度”。

第二，本文尝试将依恋理论应用于电商售前智能客服场景，并对情感依恋的时间属性作出限定。本文不把一次对话产生的即时愉悦等同于依恋，而将情感依恋界定为消费者在既有接触经验基础上由当前交互激活和强化的相对稳定联结。这一处理有助于减少短期情绪、社会临场感和情感依恋之间的概念混淆，也为后续测量设计提供更明确的边界。

第三，本文整合 S-O-R 理论、依恋理论与社会认知理论。S-O-R 理论解释整体传导结构，社会认知理论说明两类交互风格分别传递温暖与能力线索，依恋理论解释温暖和回应性如何转化为关系性情感联结。多理论整合不仅使变量关系具有更完整的逻辑基础，也明确了每项理论在模型中的具体功能，避免简单并列理论而缺乏对应关系。

第四，本文在假设中加入信息准确性和响应效率基本一致的条件，强调社交导向型交互的优势具有边界。该限定表明，温暖表达不能替代功能性服务，只有当核心信息质量得到保证时，社交线索才可能产生额外价值。这一理论处理使两类交互风格的比较更为严谨，也为后续实验操纵与结果解释提供控制标准。

5.2 实践启示

第一，电商企业应在保证信息准确和响应效率的前提下优化社交化表达。适度的问候、共情和柔性语言能够提高消费者的温暖感知，但社交元素应服务于问题解决，避免冗长寒暄、过多表情或模板化安慰造成反感。企业可将“准确回答—确认理解—适度共情—提供下一步建议”作为基本话术结构，使功能性信息与关系性体验相互配合。

第二，企业应根据任务性质匹配交互风格。对于美妆、服饰、礼品等体验性和情感性较强的售前咨询，消费者往往需要建议、比较和信心支持，可适度采用社交导向型交互；对于物流查询、规则说明、库存确认和标准化订单处理等效率要求较高的任务，应保持任务导向型表达，并在开场、等待和结束节点加入必要礼貌。交互风格的核心不是固定二选一，而是根据任务在温暖与效率之间动态配置。

第三，智能客服研发企业应提升情绪识别和情境适配能力。系统可根据消费者用词、语气、问题紧迫程度和连续追问情况判断其情绪状态，并动态调整回复风格。例如，对表达焦虑或犹豫的消费者增加确认与共情，对明确查询事实信息的消费者直接提供结构化答案。相比所有对话使用同一套固定话术，动态匹配更有利于避免过度社交化或过度工具化。

第四，企业应建立交互风格效果评估机制。除考察平均响应时长和问题解决率外，还可关注消费者满意度、复用意愿、负面反馈、转人工率和对话中断率等指标，并通过 A/B 测试比较不同话术策略。对于需要长期关系维护的用户，还可观察多次交互后的情感联结变化，以判断社交导向型表达是否真正形成持续价值，而非只带来短期新鲜感。

第五，企业需要防范拟人化和情感设计的伦理风险。智能客服可以通过自然表达改善体验，但不应利用过度情感暗示误导消费者把系统当作真实人类，也不应以情感联结替代必要的信息披露。平台应明确智能客服身份、保护对话数据，并确保共情表达不掩盖商品限制、交易

规则或风险信息。只有在透明、准确和尊重用户的基础上，情感化交互才能形成稳定的服务价值。

5.3 研究局限与展望

本文仍存在一定局限。首先，本文属于理论推演研究，尚未通过实验或问卷数据检验因果关系与中介效应，提出的结论应理解为待验证的理论命题，而非已经得到数据支持的实证发现。未来可按照本文提出的情境实验方案操纵交互风格，并结合 Bootstrap 方法检验间接效应。

其次，本文聚焦电商售前文本客服，研究命题能否适用于售后投诉、金融咨询、医疗问诊以及语音或虚拟形象客服，仍需进一步验证。不同场景对效率、风险和情感支持的要求不同，社交导向型交互的作用方向和强度可能发生变化。再次，本文未纳入产品类型、任务复杂度、消费者技术接受度、个体依恋倾向和既往使用频率等边界条件，未来可考察这些因素的调节作用。

最后，情感依恋具有时间累积特征，单次横截面测量难以充分反映其形成过程。后续研究可采用纵向设计，追踪消费者在多次智能客服接触中的情感联结变化；也可比较同一消费者面对不同平台、不同智能体身份或不同交互模态时的依恋差异。通过动态研究，能够进一步区分即时情绪、短期好感和稳定情感依恋，并提高模型的解释精度。

6.结论

本文围绕电商售前场景下智能客服交互风格如何影响消费者满意度的问题，基于 S-O-R 理论、依恋理论和社会认知理论构建“智能客服交互风格—情感依恋—消费者满意度”的单中介理论模型。本文将智能客服交互风格区分为社交导向型和任务导向型，并在信息准确性与响应效率基本一致的条件下，从理论上提出社交导向型交互更可能传递温暖感知，激活和强化消费者情感依恋，并进一步改善消费者满意度。任务导向型交互在专业性和效率方面具有优势，但经由关系性情感产生的间接作用相对有限。

本文进一步明确，社交导向型交互的价值并不来自无条件增加寒暄和拟人化表达，而在于以不损害功能性服务为前提，向消费者传递理解、回应和可接近性。情感依恋也不是一次对话产生的短暂情绪，而是消费者在既有接触经验基础上被当前互动激活和强化的关系性联结。上述限定使理论模型更符合电商售前智能客服的实际情境。

需要指出的是，本文结论属于理论推演而非经数据验证的实证发现。本文的主要价值在于明确交互风格、情感依恋和满意度之间的逻辑关系及适用条件，为后续情境实验、问卷调查和结构方程模型检验提供可操作的假设，也为电商企业在效率、温暖与透明性之间进行智能客服交互设计提供参考。

7.参考文献

[1]郭蕊（2024）。AI 客服沟通风格对用户复用意愿的影响研究。电子商务评论，13(3)，8885-8893。

[2]罗莉娟、王康、胡金森等人（2025）。当人工智能面对人类情感：服务机器人情感表达对用户体验的影响机制。心理科学进展，33(6)，1006-1026。

[3]沈鹏熠、李金雄、万德敏（2025）。“以情动人”还是“以理服人”？人工智能聊天机器人角色对顾客情感依恋的影响研究。南开管理评论，28(3)，27-39。

[4]Bowlby, J. (1969). Attachment and loss: Vol. 1. Attachment. New York, NY: Basic Books.

[5]Fiske, S. T., Cuddy, A. J. C., & Glick, P. (2007). Universal dimensions of social cognition: Warmth and competence. Trends in Cognitive Sciences, 11(2), 77-83.

[6]Fornell, C., Johnson, M. D., Anderson, E. W., Cha, J., & Bryant, B. E. (1996). The American customer satisfaction index: Nature, purpose, and findings. Journal of Marketing, 60(4), 7-18.

[7]Keeling, K. A., McGoldrick, P., & Beatty, S. (2010). Avatars as salespeople: Communication style, trust, and intentions. Journal of Business Research, 63(8), 793-800.

[8]Luo, X., Tong, S., Fang, Z., & Qu, Z. (2019). Frontiers: Machines vs. humans: The impact of artificial intelligence chatbot disclosure on customer purchases. Marketing Science, 38(6), 937-947.

[9]Malar, L., Krohmer, H., Hoyer, W. D., & Nyffenegger, B. (2011). Emotional brand attachment and brand personality: The relative importance of the actual and the ideal self. Journal of Marketing, 75(4), 35-52.

[10]Mehrabian, A., & Russell, J. A. (1974). An approach to environmental psychology. Cambridge, MA: MIT Press.

[11]Oliver, R. L. (2014). Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer. New York, NY: Routledge.

[12]Park, C. W., MacInnis, D. J., Priester, J., Eisingerich, A. B., & Iacobucci, D. (2010). Brand attachment and brand attitude strength: Conceptual and empirical differentiation of two critical brand equity drivers. Journal of Marketing, 74(6), 1-17.

[13]Thomson, M., MacInnis, D. J., & Park, C. W. (2005). The ties that bind: Measuring the strength of consumers' emotional attachments to brands. Journal of Consumer Psychology, 15(1), 77-91.

[14]Van Dolen, W. M., Dabholkar, P. A., & De Ruyter, K. (2007). Satisfaction with online commercial group chat: The influence of perceived technology attributes, chat group characteristics, and advisor communication style. Journal of Retailing, 83(3), 339-358.

[15]Zhang, A., & Rau, P. L. P. (2023). Tools or peers? Impacts of anthropomorphism level and social role on emotional attachment and disclosure tendency towards intelligent agents. Computers in Human Behavior, 138, 107415.

直播平台社会临场感对女装购买意愿的影响机制研究

The Influence Mechanism of Social Presence on Women's Apparel Purchase Intention in Live Streaming Platforms

冷静 泰国南邦国际科技学院国际学院工商管理系 邮箱：293401514@qq.com

Leng Jing, International College, Lampang Inter-Tech College, Thailand. Email:293401514@qq.com

摘要：社会临场感作为衡量虚拟互动中人际在场感的核心概念，近年来被广泛应用于直播电商消费者行为研究。然而，在女装这一高度依赖视觉呈现与情感体验的垂直品类中，社会临场感通过何种机制影响购买意愿，现有研究尚未给出系统的理论整合。本文以 SOR 理论为框架，系统梳理了社会临场感、感知价值及购买意愿的理论源流与研究进展，构建“社会临场感→感知价值→购买意愿”的逻辑链条，并在此基础上分析了各变量之间的理论关系与传导机制。在管理策略层面，本文在此基础上构建了基于鱼骨图的多主体协同治理策略与基于同心圆模型的多层次价值共创体系的分析框架，为女装直播领域的理论发展与实践优化提供了整合性的参考。最后，本文指出现有研究在垂直品类聚焦、机制深度及管理策略衔接等方面的不足，并对未来研究方向进行了展望。

关键词：社会临场感；感知价值；购买意愿；SOR 模型；女装直播；价值共创

Abstract: Social presence, as a core concept for measuring interpersonal presence in virtual interactions, has been increasingly applied in live-streaming e-commerce consumer behavior research. However, in the vertical category of women's apparel, which is highly dependent on visual presentation and emotional experience, existing research has yet to provide a systematic theoretical integration of the mechanisms through which social presence influences purchase intention. Drawing on the SOR theoretical framework, this paper systematically reviews the theoretical origins and research progress of social presence, perceived value, and purchase intention, and constructs a conceptual chain of "social presence → perceived value → purchase intention." Building upon this framework, the paper analyzes the theoretical relationships and transmission mechanisms among these variables. At the managerial strategy level, a multi-agent collaborative governance framework based on the fishbone diagram and a multi-layered value co-creation model based on the concentric circle model are proposed, offering an integrative analytical framework for both theoretical advancement and practical optimization in the women's apparel live-streaming domain. Finally, the paper identifies current research gaps in vertical category focus, mechanism depth, and managerial strategy alignment, and proposes directions for future research.

Keywords: Social presence; Perceived value; Purchase intention; SOR model; Women's apparel live-streaming; Value co-creation

1. 引言

移动互联网的快速普及正推动数字经济深度渗透大众日常生活。据中国互联网络信息中心第 57 次报告，截至 2025 年 12 月，中国网民规模已达 11.25 亿，短视频用户攀升至 10.74 亿。在此趋势下，“内容+电商”融合模式迅速崛起，2025 年中国网上零售额达 15.97 万亿元，直播电商交易额约占网络零售总额的三分之一(CNNIC，2026)。

在众多商品品类中，女装始终占据直播带货的重要位置。这背后有三重逻辑：其一，女装高度依赖视觉效果与亲身体验，版型、面料质感、上身效果等信息仅靠静态图片难以充分传递，直播能以动态、多角度方式展示商品，主播通过现场试穿让消费者获得替代性体验；其

二，女装带有鲜明的社交属性，消费者购买服装不仅为穿着需要，更蕴含自我表达与群体认同等心理诉求；其三，时尚潮流更迭迅速、复购率较高，女装直播天然具备培养用户黏性的条件。2025 年女装直播市场规模预计突破 1.2 万亿元（艾瑞咨询，2025）。然而，尽管市场体量巨大，现有研究大多采用全品类样本，对女装这一垂直领域内社会互动与情感联结机制的关注尚不充分。

社会临场感(Social Presence)是指个体在使用媒介进行交流时，能够感受到对方如同真实存在的人一样的程度(Short 等，1976)。在电商直播场景中，社会临场感不仅来自主播，即主播是否像一个真实的人在与你交流，也来自弹幕区其他观众的反馈以及整体氛围。大量研究证实，社会临场感有助于降低信息不确定性、增强用户情感投入，从而提升购买意愿（谢莹等，2019；孟陆等，2020；沈鹏熠等，2020）。然而，其中的传导机制，尤其是感知价值是否扮演中介角色，在女装这一品类中仍未得到系统的理论整合。

本文旨在通过对社会临场感理论、感知价值理论、SOR 模型及其在直播电商中的应用进行系统综述，构建一个适用于女装直播情境的理论分析框架。具体而言，本文试图回答三个核心问题：（1）社会临场感在直播电商研究中的理论源流与应用现状如何？（2）在女装直播情境下，社会临场感如何通过感知价值这一内在机体变量影响消费者的购买意愿？（3）基于现有理论整合，可以提出哪些系统化的管理策略以优化女装直播的消费体验与转化效率？

本文在理论整合基础上进一步构建了面向实践的管理策略框架，以期为直播平台与女装品牌提供可操作的管理启示。

2.文献综述与理论框架

2.1 社会临场感理论的演变与直播情境应用

社会临场感的学术渊源可回溯至 20 世纪 70 年代的电信传播研究。Short、Williams 与 Christie(1976)在《电信传播的社会心理学》中首次系统阐述：社会临场感即个体在使用媒介沟通时，将对方视为“真实存在的人”的主观体验。该概念最初用于比较不同通信方式在传递人际在场感方面的差异，并指出社会临场感是一种主观感知，虽受媒介技术特征影响，但最终决定其强弱的是用户的主观体验，这一主观性为后续营造研究留下了空间。

在互联网与社交媒体快速普及的背景下，社会临场感的研究重心逐渐从传统组织沟通扩展至人机交互、在线教育、虚拟社区与电子商务等新兴领域。Hassanein 与 Head(2007)将其定义为消费者在使用购物网站时，感受到与他人产生联系的程度，并通过实验证明在电商网站中增强社会临场感可显著提升消费者的信任度与购买意愿。Shen 与 Khalifa(2008)将社会临场感提炼为共存感、情感共鸣感与认知契合感三种典型特征，为后续研究提供了维度分析框架。

进入直播电商时代，社会临场感的内涵经历了新的扩张。谢莹等（2019）提出，直播场景中的社会临场感至少涵盖对主播的感知和对其他观众的感知两个维度。孟陆等（2020）将其作为单维度变量处理，证实其通过强化消费者认同感正向影响购买意愿。沈鹏熠等（2020）在电商直播情境下发现社会临场感通过影响消费者的情感体验与认知信任间接影响购买意愿。周永生等（2021）将 SOR 模型与 TAM 模型整合，验证了感知有用性的中介效应。韩箫亦与许正良（2020）基于扎根理论方法提炼了电商主播属性的多维结构，赵大伟与冯家欣（2021）进一步证实主播关键意见领袖特性对消费者购买意愿的显著影响。李莉（2022）则发现意识临场感对购买意愿有直接促进作用，而情感临场感与认知临场感需通过感知信任的中介路径间接影响购买意愿。

在测量工具方面，社会临场感的量表经历了从通用工具到情境化适配的演进，相关量表的开发与验证均遵循经典测量理论的基本准则（Nunnally,1978）。Ijsselsteijn 等（2000）开发

了通用临场感量表；卢丽霞（2022）结合 Ijsselsteijn 量表和直播情境进行了本土化改编；沈泽林（2024）进一步将“直播”明确限定为品类情境，开发了适用于特定品类的测量条目。在维度处理上，研究者出现了多维解构与单维整合两条路径的分化，两种路径各有优势，多维解构有利于揭示不同维度成分的独特贡献，单维整合则在模型简练性方面更胜一筹。

2.2 感知价值理论及其在电商直播中的中介角色

感知价值是消费者行为研究的核心构念。Zeithaml(1988)将其界定为消费者基于对所得与所付的认知，对产品效用所作出的整体性评价，包含“所得”消费者体察到的功能性、情感性及社会性利益与“所付”货币、时间、精力与心理成本两个维度之间的权衡。Sweeney 与 Soutar(2001)开发的 PERVAL 量表将感知价值拆解为质量价值、情感价值、价格价值与社会价值四个维度，为系统测量提供了标准化工具。

当研究情境转向电商直播时，感知价值被赋予了新的内涵。卢彩秀（2022）将其划分为娱乐价值、认知价值、经济价值与功能价值四个层面，发现感知价值对顾客购买意愿起中介作用。王炳成与李丰娟（2022）在短视频购物研究中证实，场景还原度与虚拟触觉体验经由感知价值间接影响购买意愿。赵金晓与马东升（2025）基于 SOR 模型进一步证实，感知价值在直播间信息特征与购买意愿之间扮演中介角色。Gao 与 Lertatthakornkit(2024)发现，主播的互动式和任务导向式沟通风格均通过感知价值对购买意愿产生积极影响。Dodds 等（1991）的经典研究表明，感知价值对购买意愿的预测力优于单纯的产品质量感知或价格感知，这为将感知价值作为整合性中介变量提供了理论支撑。

服装消费情境下的感知价值具有独特性。服装不仅承担遮体保暖的基本功能，还承载审美表达、身份彰显与社会认同等更高层次功能，因此感知价值往往包含较大比重的情感价值与社会价值。在女装直播中，主播的试穿展示、弹幕区的实时反馈、限时优惠的价格锚定等多重信息源同时作用于消费者的价值判断过程，使感知价值的形成机制更为复杂。

2.3 SOR 模型在直播电商中的应用

SOR 理论(Stimulus-Organism-Response)发端于环境心理学，由 Mehrabian 与 Russell(1974)在经典行为主义 S-R 框架基础上发展而来。其关键创新在于引入“机体”(Organism)中间环节，主张外部环境刺激并非直接引发行为反应，而是先经由个体内部情绪与认知状态的加工，再间接促成相应行为。Donovan 与 Rossiter(1994)首次将该模型用于零售环境研究，发现购物场所的物理特征通过影响消费者的情绪状态左右其接近或回避行为。Eroglu 等（2001）首次将 SOR 模型应用于电子商务研究，标志着该理论从物理零售空间向虚拟购物环境的成功拓展。

在电商直播研究领域，SOR 模型的解释力尤为突出。直播平台同时提供了产品展示、主播互动、观众社交等多重刺激来源，这些刺激经由消费者感知价值、感知风险等内在状态的调节，最终影响其购买意愿与行为。近年来基于 SOR 框架的直播电商研究呈现出多元化态势：Wu 等（2024）验证了直播特征（真实性、互动性、娱乐性）通过感知价值驱动购买意愿的机制；Liu 与 Zhang(2024)发现主播互动与平台互动对购买意愿有正向影响；Xie(2025)确认了社会临场感对购买意愿的正向预测效应及信任的中介作用；Zou 与 Fu(2024)从社会形象视角拓展了 SOR 框架中“机体”变量的理论内涵。

值得注意的是，现有基于 SOR 框架的直播电商研究大多采用多刺激变量并存的复杂模型设计，不利于清晰剥离特定刺激变量的独立效应。在女装直播这一垂直品类中，社会临场感作为贯穿整个购物体验的核心变量，其独立贡献值得在未来实证研究中通过更聚焦的模型设计加以深入考察。

2.4 理论框架构建

基于上述文献梳理，本文以 SOR 理论为总体框架，构建适用于女装直播情境的理论分析模型。

在 S（刺激）维度，本文将社会临场感定位为核心外部刺激变量。相较于传统购物网站以商品页面为中心的信息结构，直播平台构建了一个多维信息场域，主播的语言风格与肢体动作、弹幕区观众之间的互动、实时的点赞与购买滚动条，共同营造了“他人与我同在”的沉浸式社会情境。这一情境的复合性使得社会临场感成为一种综合性的刺激变量，不仅承载着具体的信息内容，还同时传递着情感基调与社会信号。在 O（机体）维度，本文将感知价值设定为内在机体反应变量。感知价值是消费者对外部刺激进行认知加工与情感评估后的综合产物，同时包含认知元素（对产品性能、质量、价格等信息的理性判断）和情感元素（观看直播过程中体验到的愉悦感、共情感，以及穿上某件服装后想象中获得的自信感与社会认同感）。社会临场感越强，消费者越可能从中提取出关于产品更有说服力的信号，从而形成更积极的价值判断。在 R（反应）维度，购买意愿承载着消费者从感兴趣到愿意购买的心理转化过程，是评估社会临场感与感知价值理论效力的关键落脚点(Ajzen, 1991)。

从变量间的理论关系来看，社会临场感对购买意愿的促进效应可从三重机制加以阐释。信息机制方面，在女装直播中，主播的试穿展示、细节解说与实时答疑提供了传统电商页面难以替代的信息价值，消费者通过观察主播穿着不同尺码、不同角度的展示，能够获得关于版型、面料垂感、色彩真实度等关键信息的直观认知，从而降低决策的心理阻力。情感机制方面，社会临场感较高意味着与主播共情与弹幕共鸣的情感体验被持续激发，当消费者将喜欢观看这位主播的女装直播与在直播中获得快乐和认同感建立联结时，购买意愿的生成便具备稳定的情感基础。社会影响机制方面，女装购买本身具有较强的社会性，穿着打扮关乎他人评价与群体归属。社会临场感越高，弹幕区展示的正向消费信号越密集，对消费者的激励越强烈（谢莹等，2019）。

进一步分析，社会临场感与感知价值之间的正向关联同样具有较为坚实的理论逻辑。一方面，社会临场感通过扩展消费者对产品功能知识的获取提升感知价值，合身与否、颜色与直播间所见是否有差异是女装消费者最核心的关切，当主播对穿着感受进行详细描述并借助不同体型模特对比试穿时，消费者感知的“所得”增加。另一方面，社会临场感还能通过提升消费者的情感价值与社会价值体验来改善感知价值，当主播耐心解答、弹幕区伙伴热烈互动时，消费者在该直播间的停留不仅是一种购物行为，更成为一种愉悦的社交体验。在女装这一品类中，由于产品本身兼具实用功能与审美表达双重属性，本文据此推测，社会临场感对感知价值的影响可能通过信息通道与情感通道双重路径实现，且两条通道之间可能产生相互强化的协同效应。这一假设性机制有待后续实证研究的检验。

综合来看，一个较为清晰的传导链条逐渐浮现：社会临场感作为外部刺激（S），首先改变消费者的内部机体状态（O），即提高他们对女装产品整体效用的评价，这种被强化的感知价值随后转化为购买意愿的驱动力量（R）。这一中介逻辑在已有研究中得到了间接支持：Wu 等（2024）验证了感知价值在直播特征与购买意愿之间的中介作用；赵金晓与马东升（2025）证实电商直播间信息特征对消费者决策的影响中有相当比例经由感知价值路径实现。相较于感知信任、心流体验等其他常见中介变量，感知价值直接指向消费者决策的核心，“值不值得买”这一终极判断。相较于感知信任、心流体验等中介变量多指向特定心理机制（信任判断或沉浸状态），感知价值在 SOR 框架中可能具有更广泛的情境适用性。

基于上述推导，本文提出社会临场感（S）→感知价值（O）→购买意愿（R）的理论分析框架（见图 1）。

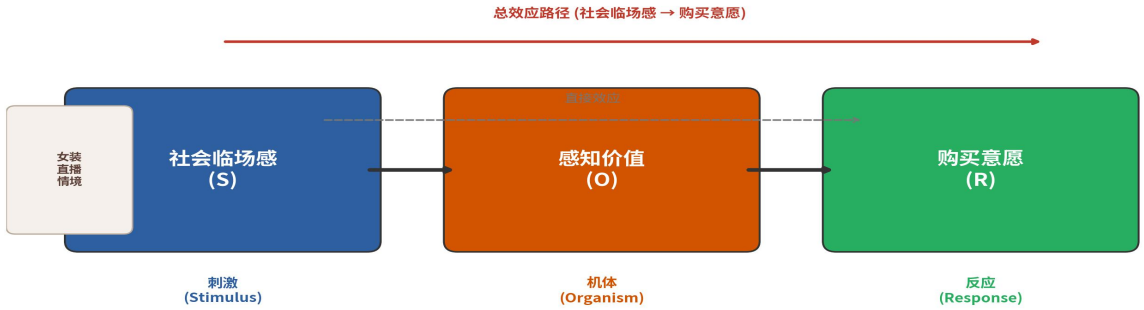


图 1：研究理论框架图（S-O-R 模型）

资料来源：本研究整理

2.5 研究述评

综观上述文献，现有研究已取得显著进展：社会临场感理论从电信传播到直播电商的迁移已基本形成共识；SOR 模型作为解释直播消费者行为的核心框架已获广泛验证；感知价值作为连接外部刺激与购买行为的中介变量在多类消费情境中得到确认。

但仍存在以下不足：第一，多数研究采用全品类样本，专门针对女装这一高度依赖视觉呈现和情感体验品类的系统理论整合仍较稀缺，即便个别研究涉及服装，也常将其作为众多品类中的普通一项，未能深入探讨其独特属性对研究变量的影响；第二，尽管社会临场感与购买意愿的正向关联已被多次证实，但以感知价值为中间变量的链式传导路径在女装直播情境下仍缺乏系统的理论推导；第三，现有研究多侧重于单一维度的统计检验，缺乏整合理论模型、管理策略与实践应用的系统性框架；第四，在“刺激-机体-反应”链条中，将社会临场感作为单一核心刺激变量的研究设计尚不多见，使得该变量的独立解释力未能得到充分的逻辑分离。

本文正是针对上述缺口展开，以女装直播为应用场景，构建“社会临场感→感知价值→购买意愿”的理论分析框架，并提出多主体协同治理与价值共创的管理策略体系。

3. 研究展望与管理启示

3.1 理论贡献与研究展望

本文以女装直播为垂直应用场景，基于 SOR 理论框架系统梳理了社会临场感、感知价值与购买意愿的理论关系，在学术层面做出四方面贡献。第一，对 SOR 理论的垂直品类拓展，本文以女装品类为单一焦点，在构建理论框架时明确将女装特质纳入变量关系的考量之中，丰富了 SOR 理论在不同产品类别中的解释广度。第二，社会临场感研究的路径深化，通过将社会临场感明确设定为 SOR 框架中的刺激要素、将感知价值设为机体环节，完整推演出“社会临场感→感知价值→购买意愿”的链式传导路径，为社会临场感的作用机制提供了更清晰的理论解释。第三，感知价值中介角色的再确认与强化，相较于感知信任、心流体验等被频繁使用的中介变量，本文将感知价值定位为链接刺激与反应的核心桥梁，强化了其在 SOR 框架中的枢纽地位。第四，理论模型与管理策略的有机衔接，在理论整合基础上进一步推导出系统化、可落地的管理策略，试图形成理论整合与策略输出的闭环。

基于本文的理论梳理，未来研究可在以下方向深入拓展。其一，开展跨品类的比较研究，检验本文提出的理论框架在男装、美妆、3C 产品等不同商品类别间的稳健性与边界条件。其二，将社会临场感拆分为认知临场感、情感临场感与意识临场感等子维度，分别考察其经由感知价值影响购买意愿的差异化路径，丰富理论框架的精细化程度（李莉，2022；

Garrison 等，2000）。其三，引入纵向追踪或实验研究方法，探讨社会临场感在重复观看后的衰减或增强效应，以及从观望到首单再到复购的心理转化过程。其四，将品牌知名度、价格敏感度、冲动性人格特质等调节变量纳入框架，构建有调节的中介模型。其五，随着虚拟主播、AI 实时互动、AR 虚拟试穿等新技术形态重塑直播场景，未来可将技术变量作为前因或调节变量，探讨技术演进对社会临场感生成机制与传导路径的影响。

3.2 管理启示：基于鱼骨图的多主体协同治理策略

社会临场感及其影响的生成与调控，本质上是涉及多方角色的系统工程。本文以鱼骨图为分析工具，识别出影响直播平台社会临场感及消费者购买意愿的五类关键主体，平台方、主播、品牌方、消费者、监管部门，进而提出“五主体协同治理体系”（见图 2）。

平台方作为直播电商的基础设施，其政策导向与技术手段对社会临场感的产生与维持产生结构性影响。平台应优化直播间交互工具的可用性，提供更流畅的信息展示与互动界面，降低消费者获取信息的摩擦成本。从经济激励维度看，平台应设置适度的指标权重向高互动、高信任直播间倾斜，引导直播生态向“价值型互动”方向发展，避免完全将流量倾斜至纯低价直播间。

主播是社会临场感的第一线塑造者。在女装直播领域，主播需要对服装面料知识有扎实了解，并能结合当季潮流趋势、色彩搭配、场合着装等给予消费者实用的购买建议。职业操守同样不可忽视，夸大服装功能最终会被消费者识破，导致社会临场感的急剧崩塌，其负面效应可能远超过短期内获得的销售转化。

品牌方作为女装产品的设计与供应者，应建立灵活的柔性供应链体系，使得直播间能够快速对消费者的即时反馈做出调整。同时应保持线上线下产品品质的一致性，虚假线上专供差异化最终将侵蚀消费者的信任基石，从根本上削弱社会临场感的积极效应。

消费者是社会临场感生成链条中的终端接受者，同时也是通过正向反馈与口碑传播发挥一定调节作用的参与者。应善用弹幕、评论、分享等互动功能，让直播间运营者掌握更多关于其购买动机、顾虑及偏好的第一手信息。消费者的评价与口碑本身也是下一轮社会临场感构建的起点，最终形成良性循环。

监管部门为直播电商行业提供了不可或缺的制度保护与底线约束。应进一步完善对主播话术、售后承诺及产品质量检测的政策，建立全网统一的直播信用档案体系，使主播及品牌方的违规成本足够高，从根本上净化滋生骗购、虚假宣传及售后推诿等不良行为的制度土壤。

五类主体的协同并非简单的功能叠加，而是相互激活的有机系统：平台提供工具与流量机制，主播在机制框架下发挥个体创造力，品牌方作为产品与服务保障的坚实后盾，消费者通过反馈机制不断调试系统的运行参数，监管者则确保整个系统运行在合法合规、诚实守信的轨道上。

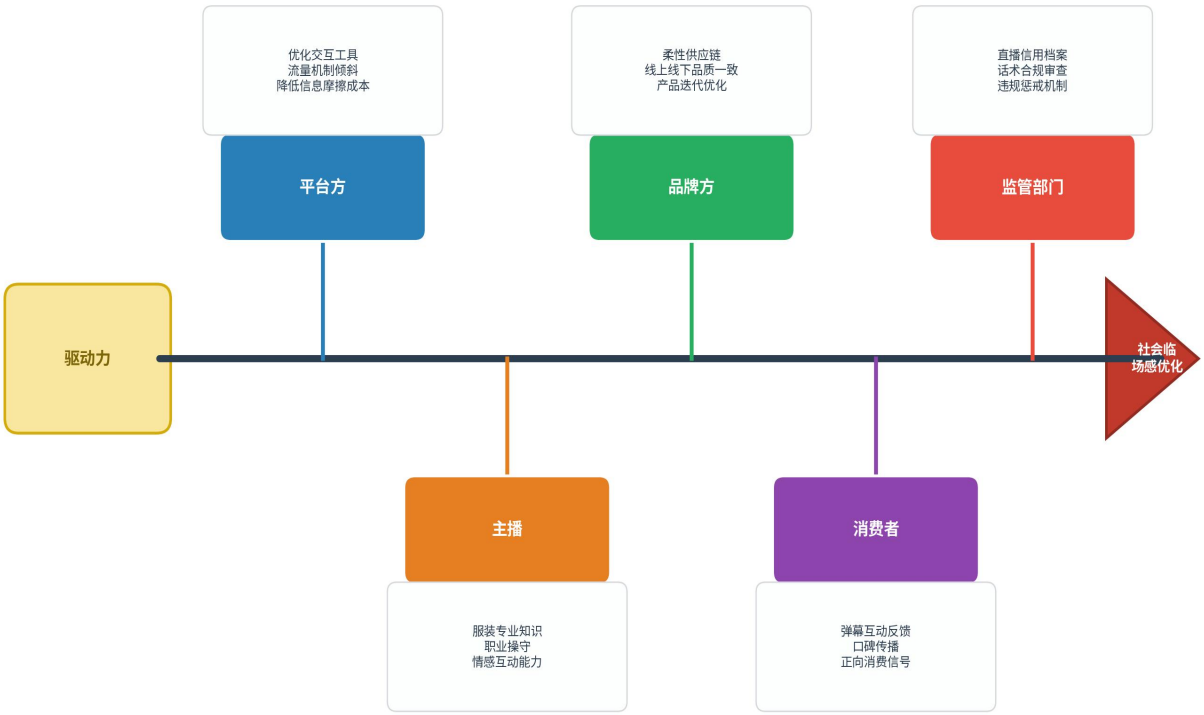


图 2：鱼骨图 社会临场感优化五主体协同治理模型

资料来源：本研究整理

3.3 管理启示：基于同心圆模型的多层次价值共创体系

在五主体横向协同治理基础上，本文进一步提出由内而外逐层扩展的同心圆三层价值共创体系（见图 3）。

内核层：产品与技术层。价值共创的基础是高质量产品与先进的直播技术。在女装直播中，这需要围绕服装设计、面料研发、柔性制造与产品迭代构建供应链保障，同时引入高清多方机位切换、虚拟试穿等直播技术栈，为消费者提供高质量的视觉与信息输入。没有精准的库存预测与快速响应的柔性生产，再好的直播话术在频繁缺货与退货面前也会失去说服力。

中间层：人际互动与社会临场感层。在夯实产品与技术的根基后，价值创造的焦点移至人际互动层面。这是社会临场感的核心发生层，主播与消费者通过语言交流、情感互动、信息交换形成沉浸式的互动体验，消费者之间通过弹幕交流获得群体归属感，品牌方通过主播的反馈实现直播反哺产品的动态优化。

外层：产业联动与生态协同层。单个主播或直播间即使组建了再紧密的人际互动圈层，若缺乏与物流、售后及周边消费场景的连接，其价值创造始终局限在临机应变水平。外层通过将直播平台与支付链接、物流查询、退换货保障乃至线下试穿体验等环节打通，实现从浏览到购买再到售后全过程的无缝闭环。同时，平台方将直播间与该消费者的其他消费行为标签关联，实现更精准的女装风格推荐与商品匹配。

三个圈层不是线性的递进关系，而是以产品为根基层、人际互动为价值发生层、产业联动为扩张层的立体生态关系，三者缺一不可，协同运作方能实现体系整合的服务闭环。

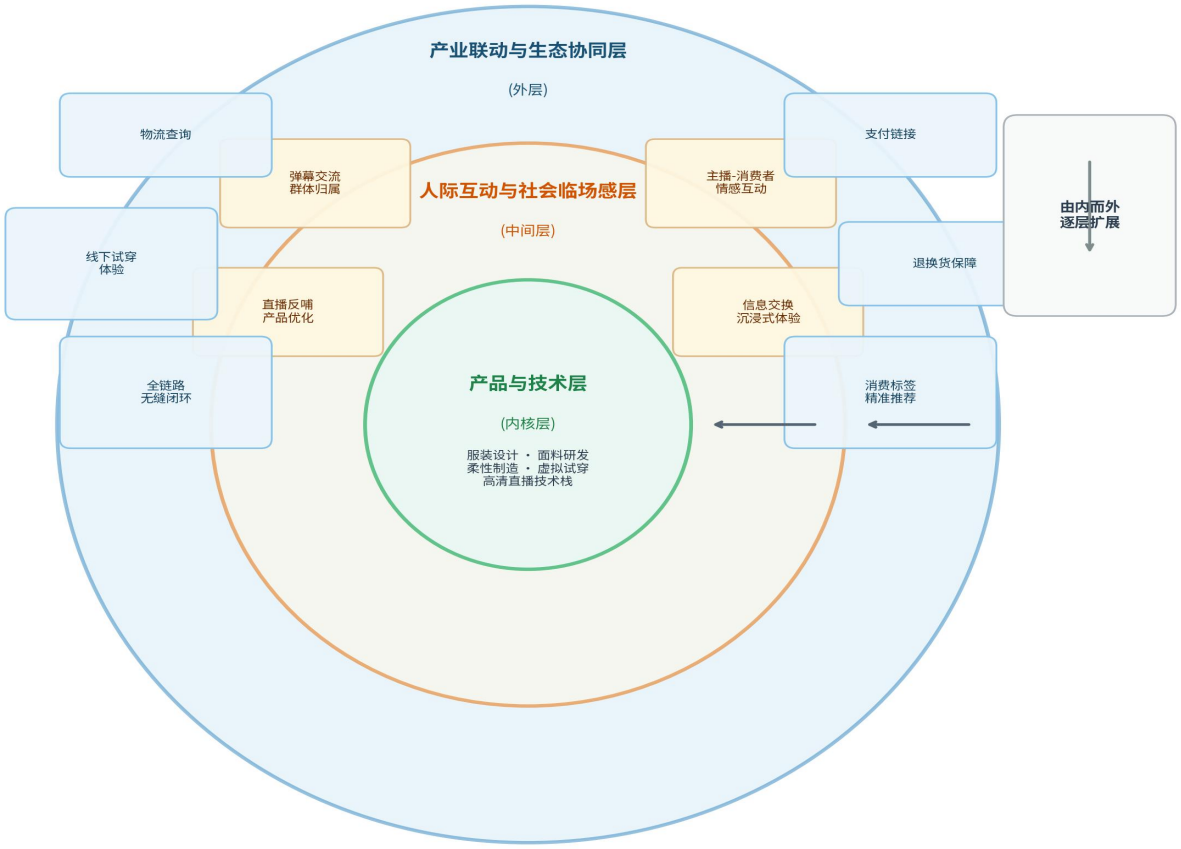


图 3：同心圆 三层价值共创模型

资料来源：本研究整理

3.4 与已有研究的对话

本文构建的理论框架与管理策略体系，与既有文献形成了若干重要对话。在理论层面，石思懿（2024）将服装直播中的临场感区分为社会临场感、产品临场感和空间临场感，证实社会临场感对感知信任与感知有用性有显著正向影响。本文的社会临场感→感知价值→购买意愿框架从不同理论视角（价值判断与信任判断）延伸了石思懿（2024）的研究发现，感知价值与感知信任、感知有用性可能分别代表了消费者决策中“值得买”和“可信赖”两条并行的心理路径，感知信任与感知有用性解决的是我能否相信、这有没有用的问题，感知价值则是对值不值得买的终极综合判断。李莉（2022）关注了意识临场感与情感临场感的差异化作用路径，本文虽未区分社会临场感的具体维度，但聚焦于其整体效应的分析框架，为后续多维度研究预留了细化空间。Zou 与 Fu(2024)从社会形象视角拓展了 SOR 框架中机体变量的理论内涵，本文关于感知价值中介角色的分析与之形成呼应。Xie(2025)和 Wu 等(2024)的研究为本文框架中的核心路径提供了初步的实证支持，但前者侧重于信任机制，后者偏重享乐价值维度，均未将感知价值作为整合性中介变量进行全面论述，这恰是本文理论框架的差异化贡献所在。

在实践层面，五主体协同治理与三层价值共创模型为直播平台提供了从策略框架到落地路径的完整参考。相较于单一维度的优化建议，如提升主播话语技巧、增加互动玩法，本文的管理策略构建在多维度协同框架内，具有更全面、更具系统性的实践指导意义。

4. 结语

本文以 SOR 理论为框架，系统综述了社会临场感、感知价值与购买意愿在女装直播情境下的理论关系与传导机制。研究得出以下主要认识：第一，社会临场感是理解女装直播消费者行为的核心概念，从 Short 等(1976)的经典定义出发，经过半个世纪的理论演变，其内涵已从电信传播中的媒介在场感知扩展为直播电商中的多维度社会情境体验，在女装直播中同时承载信息传递、情感联通与社会影响三重功能。第二，感知价值是社会临场感影响购买意愿的关键中介机制，在 SOR 框架中，社会临场感作为外部刺激，通过提升消费者对女装产品的功能价值、情感价值与社会价值感知，最终促成购买意愿的生成。这一传导链条的揭示指明了优化消费者决策过程的着力方向：不仅要营造在场的互动氛围，更要让消费者切实感知到产品的超值体验。第三，女装直播的管理策略需要多主体协同与多层次架构，鱼骨图五主体协同治理模型和同心圆三层价值共创体系为直播生态中各参与方提供了系统性的策略参考，各主体的协同合作是实现消费者社会临场感体验优化的根本路径。

本文也存在若干局限性。首先，作为一篇理论综述，本文提出的分析框架有待后续实证研究的检验，尤其是社会临场感通过感知价值影响购买意愿的具体效应量需要大样本数据的支持。其次，本文聚焦女装这一单一品类，研究结论向其他品类的推广需谨慎对待。第三，随着直播技术的快速迭代，虚拟主播、AR 试穿等新形态可能对社会临场感的生成机制产生深远影响，本文对此仅做了初步展望。第四，作为理论综述，本文的文献检索可能存在覆盖不全的问题，尤其是非中英文文献及灰色文献的遗漏，研究结论的完备性因而受到一定制约。未来研究可在本文框架基础上，结合量化实证方法与跨品类比较设计，进一步推进直播电商消费者行为的理论建设与实践应用。

参考文献

[1]艾瑞咨询（2025）。2025 年中国直播电商行业研究报告[R]。北京，艾瑞咨询研究院。

[2]韩箫亦、许正良（2020）。电商主播属性对消费者在线购买意愿的影响——基于扎根理论方法的研究[J]。*外国经济与管理，42(10)，*62-75。

[3]李莉（2022）。电商直播中临场感对消费者购买意愿的影响机制研究[D]。杭州，浙江工商大学。

[4]卢彩秀（2022）。电商直播营销对消费者购买意愿的影响研究——基于感知价值的中介作用[J]。商业经济研究，*(17)，*72-75。

[5]卢丽霞（2022）。直播情境下社会临场感对消费者购买意愿的影响研究[D]。济南，山东大学。

[6]孟陆、刘凤军、陈思允等（2020）。我可以唤起你吗——不同类型直播网红信息源特性对消费者购买意愿的影响机制研究[J]。*南开管理评论，23(1)，*131-143。

[7]沈鹏熠、万德敏、许基南（2020）。在线零售情境下社会临场感对消费者购买意愿的影响研究[J]。*商业经济与管理，40(5)，*55-64。

[8]沈泽林（2024）。直播情境下社会临场感对消费者购买意愿的影响——以服装品类为例[D]。上海，华东师范大学。

[9]石思懿（2024）。服装直播中临场感对消费者购买意愿的影响研究[D]。上海，东华大学。

[10]王炳成、李丰娟（2022）。短视频生活场景还原与虚拟触觉对消费者购买意愿的影响——感知价值的中介作用[J]。*消费经济,38(3)*，52-62。

[11]谢莹、李纯青、高鹏等（2019）。直播营销中社会临场感对线上从众消费的影响及作用机理研究——行为与神经生理视角[J]。*心理科学进展，27(6)*，990-1004。

[12]赵大伟、冯家欣（2021）。电商主播关键意见领袖特性对消费者购买的影响研究[J]。*商业研究，63(4)*，1-9。

[13]赵金晓、马东升（2025）。电商直播间信息特征对消费者购买意愿的影响——基于SOR模型的实证研究[J]。*商业经济研究，(5)*，88-92。

[14]中国互联网络信息中心（2026）。第57次中国互联网络发展状况统计报告[R]。北京，CNNIC。.

[15]周永生、唐世华、肖静（2021）。电商直播平台消费者购买意愿研究——基于社会临场感视角[J]。*当代经济管理，43(1)*，40-47。

[16]Ajzen, I. (1991).The Theory of Planned Behavior[J]. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, *50(2),* 179-211.

[17]Dodds, W. B., Monroe, K. B., & Grewal, D. (1991).Effects of Price, Brand, and Store Information on Buyers' Product Evaluations[J]. *Journal of Marketing Research*, *28(3)*, 307-319.

[18]Donovan, R. J., & Rossiter, J. R. (1994).Store Atmosphere: An Environmental Psychology Approach[J]. *Journal of Retailing*, *70(3).* 283-294.

[19]Eroglu, S. A., Machleit, K. A., & Davis, L. M. (2001).Atmospheric Qualities of Online Retailing: A Conceptual Model and Implications[J]. *Journal of Business Research*, *54(2).* 177-184.

[20]Gao, W., & Lertatthakornkit, T. (2024).The Impact of Streamer Communication Style on Purchase Intention in Live Streaming Commerce[J]. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, *36(5).* 1187-1205.

[21]Garrison, D. R., Anderson, T., & Archer, W. (2000). Critical Inquiry in a Text-Based Environment: Computer Conferencing in Higher Education[J]. *The Internet and Higher Education*, *2(2-3).* 87-105.

[22]Hassanein, K., & Head, M. (2007). Manipulating Perceived Social Presence Through the Web Interface and Its Impact on Attitude Towards Online Shopping[J]. *International Journal of Human-Computer Studies*, *65(8).* 689-708.

[23]Ijsselsteijn, W. A., de Ridder, H., Freeman, J., et al. (2000). Presence: Concept, Determinants and Measurement[C]. *Proceedings of SPIE*, 3959. 520-529.

[24]Liu, Y., & Zhang, M. (2024). Consumer Engagement in Live Streaming Commerce: An SOR Perspective[J]. *Electronic Commerce Research and Applications*, *63*. 101118.

[25]Mehrabian, A., & Russell, J. A. (1974). *An Approach to Environmental Psychology*[M]. Cambridge. MIT Press.

[26]Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric Theory*[M]. 2nd ed. New York. McGraw-Hill.

[27]Shen, K. N., & Khalifa, M. (2008).Exploring Multidimensional Conceptualization of Social Presence in the Context of Online Communities[J]. *International Journal of Human-Computer Interaction*, *24(7).* 722-748.

[28]Short, J., Williams, E., & Christie, B. (1976).*The Social Psychology of Telecommunications*[M]. London. John Wiley & Sons.

[29]Sweeney, J. C., & Soutar, G. N. (2001).Consumer Perceived Value: The Development of a Multiple Item Scale[J]. *Journal of Retailing*, *77(2)*. 203-220.

[30]Wu, Y., Wang, J., & Li, X. (2024).How Live Streaming Features Impact Consumers' Purchase Intention: An SOR Perspective[J]. *Journal of Retailing and Consumer Services*, *76*. 103587.

[31]Xie, C.(2025). Social Presence and Consumer Purchase Intention in E-commerce Live Streaming[J]. *Electronic Commerce Research*, *25(1).* 205-228.

[32]Zeithaml, V. A. (1988).Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence[J]. *Journal of Marketing*, *52(3).* 2-22.

[33]Zou, S., & Fu, H.(2024). Social Image and Live Streaming Shopping: A Dual-Process Model[J]. *Journal of Business Research*, *172*. 114431.

电商直播意见领袖特质与消费者准社会互动的关系研究

A Study on the Relationship Between the Characteristics of Opinion Leaders in E-commerce Live Streaming and Consumers' Quasi-Social Interactions

王林 泰国南邦国际科技学院 国际学院 邮箱：1466283755@qq.com

Wang Lin, International College, Lampang Inter-Tech College, Thailand.Email:1466283755@qq.com

摘要:准社会互动是电商直播场景下消费者与意见领袖之间形成的一种模拟真实人际交往的心理联结，被视为直播转化链条中的核心情感机制。然而，现有研究多侧重于准社会互动的后果（如购买意愿），对其前因——尤其是意见领袖的具体特质如何触发和深化这一情感过程——尚缺乏深入的质性探究。本研究采用半结构化深度访谈法，对18名具有长期电商直播观看经验的消费者进行访谈，运用主题分析法对访谈资料进行系统编码与分析。研究发现：意见领袖的专业性、吸引力与互动性三类特质并非孤立地作用于准社会互动，而是通过“认知可信性建构”“情感共鸣激发”与“关系卷入深化”三条差异化路径协同发力；准社会互动的形成是一个从“注意”到“认同”再到“依恋”的渐进式过程，不同特质在不同阶段发挥着不同的主导作用。本研究细化了准社会互动的形成机制，为直播电商情境下的关系营销理论提供了质性证据，也为MCN机构培育意见领袖的关系建构能力提供了实践启示。

关键词：电商直播；意见领袖特质；准社会互动；深度访谈

Abstract: Para-social interaction is a psychological connection formed between consumers and opinion leaders in the context of e-commerce live streaming that simulates real interpersonal communication and is regarded as a core emotional mechanism in the live streaming conversion chain. However, existing research has focused mostly on the consequences of para-social interaction (such as purchase intention), while its antecedents—particularly how the specific traits of opinion leaders trigger and deepen this emotional process—have not been thoroughly explored qualitatively. This study employed semi-structured in-depth interviews with 18 consumers who have long-term experience watching e-commerce live streams and used thematic analysis to systematically code and analyze the interview data. The study found that the three types of opinion leader traits—expertise, attractiveness, and interactivity—do not act in isolation on para-social interaction, but rather work synergistically through three differentiated pathways: "building cognitive credibility," "evoking emotional resonance," and "deepening relational involvement." The formation of para-social interaction is a gradual process from "attention" to "identification" and then to "attachment," with different traits playing dominant roles in different stages. This study refines the formation mechanism of para-social interaction, provides qualitative evidence for relationship marketing theory in the context of live-streaming e-commerce, and offers practical insights for MCN agencies in cultivating opinion leaders' relational construction capabilities.

Keywords:E-commerce livestreaming; opinion leader characteristics; quasi-social interaction; in-depth interviews

1. 引言

在电商直播的直播间里，消费者与屏幕那端的主播之间存在着一种独特的关系——双方素未谋面，却可能产生如朋友般的信赖感；主播的一句“家人们”“姐妹们”能让观众感到被接纳；主播对产品缺点的坦然承认反而令观众觉得真诚可靠。这种看似单向、实则具备双向模拟

特征的情感联结，在传播学中被称为“准社会互动”。大量研究已证实，准社会互动能够显著提升消费者的购买意愿和品牌忠诚度（刘彬杰，2021；徐静雯，2022），但对于准社会互动本身“从何而来”这一问题，学界的关注仍相对不足。

换言之，我们已知准社会互动至关重要，却尚不清楚它究竟如何被激发和强化。意见领袖的专业知识、个人魅力或互动能力，究竟哪一个是点燃准社会互动的关键？不同特质在准社会互动形成的不同阶段分别扮演什么角色？这些问题若得不到回答，直播运营者便难以精准培育主播的关系建构能力，学术界也难以构建完整的“前因—机制—结果”理论链条。

基于上述问题意识，本研究不将目光投向准社会互动的消费后果，而是回溯到其形成的源头，聚焦于意见领袖特质与准社会互动之间的内在关联。与量化研究侧重变量间关系检验不同，本研究采用深度访谈的质性方法，深入消费者的真实体验，倾听他们如何讲述自己与喜爱主播之间的情感故事，从中提炼特质触发准社会互动的微观机制。这种探索性的研究路径，既是对已有理论假设的补充和深化，也回应了“关系是如何建立的”这一更具基础性的学术追问。

2.研究背景及意义

2.1 研究背景

准社会互动（para-social interaction）的概念由Horton和Wohl于1956年首次提出，用以描述受众与媒介人物之间产生的一种类似真实社会交往的心理体验。Giles（2002）进一步区分了准社会互动（瞬时性心理反应）与准社会关系（跨情境的稳定情感联结）。在电商直播情境下，弹幕、实时评论等互动技术使观众与主播之间的准社会互动具备了“模拟真实”的更强可能性，已成为连接意见领袖特质与消费者行为反应的关键情感机制。与此同时，关于意见领袖特质的研究虽已积累了丰富成果，但维度划分尚未统一——从信息源可信度进路（强调专业性）、社会吸引力进路（强调吸引力）到互动关系建构进路（强调互动性），不同学者从不同理论视角出发提出了各自的维度体系（赵大伟、冯家欣，2021；郭珂，2021；肖锡君，2021；房琳，2022；冯家欣，2022；陈祥，2024；宋钦睿，2025），本研究基于三条理论进路的互补性，选取专业性、吸引力与互动性作为核心特质维度。

然而，现有研究存在两个明显不足。其一，准社会互动的前因研究多停留于变量层面的相关分析，缺乏对其形成机制的深入阐释——定量研究能够确认某一特质是否显著影响准社会互动，却无法回答该特质“通过什么方式、在什么条件下、经过怎样的心理转换”最终形成了准社会互动。其二，现有研究倾向于将不同特质视为平行的影响因素，未能揭示它们在准社会互动形成过程的不同阶段是否发挥着差异化作用（冯家欣，2022；宋钦睿，2025）。基于上述缺口，本研究提出以下两个相互关联的研究问题：（1）电商直播意见领袖的专业性、吸引力与互动性三类特质各自通过怎样的心理路径触发消费者的准社会互动？（2）在准社会互动从初步形成到持续深化的不同阶段，三类特质的作用方式与主导程度是否存在差异？

2.2 研究意义

本研究的理论贡献主要体现在以下三个方面。第一，将研究焦点从准社会互动的“后果”转向“前因”，回应“准社会互动如何形成”这一基础性问题，有助于完善电商直播消费者行为研究的理论链条。第二，通过质性分析揭示三类特质在准社会互动形成不同阶段的作用差异，打破将各类特质等量齐观的思维定式，为构建更具时间维度敏感性的理论模型提供启示。第三，采用质性研究方法为该领域补充不同于量化统计的解释性知识，两类方法形成的互补证据将增强整体理论的可信度与丰富性。

对于直播电商行业的运营者而言，本研究的意义在于将抽象的“准社会互动”概念转化为可操作的培育路径。若研究发现专业性是准社会互动的“入场券”而互动性是“黏合剂”，那

么MCN机构在新主播培养的初期阶段就应将重点置于专业知识的夯实之上,而非一味追求直播间的热闹氛围。这种基于过程阶段性的差异化策略，较之笼统地“提升主播综合素质”更具针对性与效率。

3.研究过程

3.1 研究方法的选取

本研究采用半结构化深度访谈作为资料收集方法。选择该方法的原因在于：准社会互动本质上是消费者内在的心理体验，具有主观性、情境性和难以直接观测的特点。问卷调查虽能获得大样本数据，却难以捕捉体验的细腻层次和动态变化。深度访谈则允许研究者通过开放式提问和追问，引导受访者详细描述自己在观看直播过程中的感受变化、关键瞬间和情感转折，从而获得丰富的质性材料。

3.2 受访者选择与样本特征

本研究采用目的性抽样与滚雪球抽样相结合的策略，选取符合以下条件的受访者：（1）近半年内每周至少观看电商直播2次以上；（2）至少有一个长期关注（超过3个月）的主播；（3）在观看过程中曾产生过“与主播有种亲近感”的心理体验。最终确定18名受访者，编号为P01至P18。其中男性6人，女性12人；年龄分布在20至38岁之间，平均年龄26.4岁；职业涵盖在校学生（7人）、企业职员（8人）和自由职业者（3人）；关注的直播平台涵盖淘宝直播、抖音和快手；经常观看的品类包括美妆护肤、服饰穿搭、食品零食和数码产品。该样本在性别、年龄和品类偏好上呈现一定多样性，能够提供较为丰富的经验材料。

为确保样本量足以支撑研究结论，本研究在访谈过程中同步进行信息饱和度判断。每完成3-4位受访者的访谈与初步编码后，研究者对新出现的编码类别与已有编码类别进行比较。经逐次对照，在访谈进行至第15位受访者时，新访谈文本中已不再出现新的核心编码类别，后续3位受访者的访谈主要对已有类别进行了情境补充和细节丰富，未产生新的主题性发现。据此判断，18位受访者的样本量已达到信息饱和。

3.3 访谈实施与资料收集

访谈于2026年7月期间进行，全部采用线上视频访谈方式，每次时长控制在45至60分钟。访谈开始前，研究者向受访者说明研究目的并征得录音许可。访谈提纲围绕以下核心问题展开：（1）请回忆一下，你是如何开始关注现在最喜欢的那位主播的？最初是什么吸引了你？（2）在持续观看这位主播的过程中，你的观看体验有没有发生过变化？如果有，这种变化是怎样发生的？（3）这位主播的哪些具体言行让你产生了亲近感或信任感？能否举几个印象深刻的例子？（4）如果让你用几个词来形容这位主播对你产生的吸引力，你会用哪些词？为什么？（5）你觉得这位主播与你看过的其他主播相比，有什么不同的地方？访谈过程中，研究者根据受访者的回答灵活调整追问方向，力求挖掘具体细节和真实的心路历程。

3.4 资料分析方法

本研究采用主题分析法对访谈文本进行分析，严格遵循Braun和Clarke（2006）提出的六阶段程序：熟悉数据、生成初始编码、寻找主题、审查主题、定义与命名主题、撰写报告。编码工作由研究者本人独立完成。为控制研究者自身理论预设对编码过程的影响，研究者采取了以下措施：在正式编码开始前，撰写了约2000字的“研究者备忘录”，记录自己对电商直播和准社会互动的现有理解；在编码过程中，每完成一份访谈稿的编码后即暂停，对照备忘录检查是否有强行套用预设概念的情况；所有编码结果均交由一名未参与访谈的同行研究者进行独立复核，对存在分歧的编码进行讨论直至达成一致。

3.5 研究发现

经过系统的主题分析，本研究提炼出三大核心主题，分别对应意见领袖三类特质对准社会互动的触发路径，并进一步识别出一个贯穿性的阶段化过程机制。

主题一：专业性——认知可信性的建构。在接受访谈的18位受访者中，有15人在描述最初关注某位主播的原因时明确提到了“专业”或相关概念（肖锡君，2021；陈祥，2024）。然而，与一般认知不同的是，受访者所强调的专业性并非抽象的知识渊博，而是“能把复杂的东西讲得让我听得懂”——在提及专业性的15位受访者中，有11人特别强调了“把专业知识转化为通俗表达”这一能力。P05（女，25岁）说道：“我喜欢的主播是配方师出身，她讲成分的时候不会甩一堆化学名词，而是打个比方说‘这个就像给皮肤喝粥，温和但不顶饱’，我就觉得她既懂行又接地气，说的话我敢信。”P11（男，29岁）补充道：“他每次测手机都会把发热、续航这些真实体验说出来，甚至翻车了也会承认，这种坦诚反而比那种只说好的更让我觉得靠谱。”

这些表述揭示了一个关键机制：专业性触发准社会互动的路径并非“权威崇拜”，而是“可信性建构”——主播通过化繁为简的解读能力和实事求是的态度，使消费者感到“这个人是真正站在我的角度想问题”，从而在认知层面建立起初始的信任。这种认知信任是准社会互动的第一块基石（肖锡君，2021），为后续的情感联结提供了安全保障。

主题二：吸引力——情感共鸣的激发。如果说专业性是准社会互动的“理性入口”，那么吸引力则是“感性引擎”。在接受访谈的18位受访者中，有14人在描述主播吸引力时使用了“真实”“有性格”“像身边的朋友”等表述，仅有3人提到了外在形象因素。P03（女，22岁）讲述道：“她直播时特别爱笑，笑点还很低，有时候自己讲个冷笑话先笑得说不出话，我就觉得这人太可爱了，不像别的主播端着。慢慢我就觉得她像我的一个搞笑闺蜜。”P14（女，34岁）则说：“我关注的一位穿搭主播身材跟我差不多，不是那种纸片人，她会说‘这个衣服遮小肚子一绝’，我就觉得她懂我的痛点。她的价值观也很积极，从来不制造身材焦虑，这一点让我特别认同。”

这些引述表明，吸引力对准社会互动的作用并非来自外在形象的静态美感，而是源于人格化的情感共鸣。当主播展现的个性特征、价值观念与消费者的自我认同相契合时，消费者便会产生“我们是一类人”的认同感。这种认同感使消费者从“觉得主播可信”升级到“喜欢主播这个人”（房琳，2022），关系的性质由此发生质的飞跃。

主题三：互动性——关系卷入的深化。互动性是电商直播区别于传统媒体的核心要素，也是准社会互动从“想象”走向“模拟真实”的关键推手。在18位受访者中，有16人明确将“主播回应我的弹幕”列为促使他们持续观看的重要原因。P07（男，21岁）回忆道：“有一次我在直播间问了一个关于耳机延迟的问题，主播当场就翻到我的弹幕，说‘这位朋友问得好，我正好测过’，然后详细回答了。那一瞬间我真的感觉他是在跟我说话，不是对着空气播。”P16（女，28岁）也分享了类似的体验：“有一次念到我的名字，虽然就是一句‘谢谢XX的关注’，但我就觉得自己被看见了，之后每场都忍不住想发弹幕。”P09（女，26岁）进一步指出：“有些主播互动只是走流程，但我的主播会在下播后发条微博回复几个观众的提问，那种感觉就是他下了播还在想着我们。”

这些描述显示，互动性对准社会互动的深化作用，不仅在于技术层面的及时响应，更在于使消费者感知到一种超越交易关系的“被在乎”的体验。当这种体验反复累积，消费者与主播之间的心理距离便会不断缩短，准社会互动从临场的情境性体验转化为持久的心理联结。（宋钦睿，2025）

主题四：准社会互动的阶段化形成过程。综合上述三个主题，本研究进一步发现，准社会互动的形成呈现从“注意”到“认同”再到“依恋”的渐进式阶段特征。在第一阶段（注意期），专业性是触发消费者驻留的首要因素——主播必须展现出令人信服的知识储备和判断力，方能使消费者做出“再待一会儿”的决策。在第二阶段（认同期），吸引力开始发挥主导作用——消费者在持续观看中被主播的个性魅力和价值观念所感染，产生“这个人值得我长期关注”的情感认同。在第三阶段（依恋期），互动性成为维系和深化关系的核心——高频、真诚的互动使消费者将主播纳入自己的“准社交圈”，形成稳定的心理依赖。三类特质在不同阶段各有侧重，但又在整个过程中协同作用，共同推动准社会互动从浅层认知向深层情感的跃迁。

4.结论

本研究的理论贡献主要体现在以下三个方面。

第一，揭示了准社会互动的形成是一个“认知先行、情感跟进、互动维系”的阶段性过程。Horton和Wohl虽已区分了注意、认同与依恋三个要素（Giles，2002），但并未阐明三者之间的先后顺序与转换条件。Giles（2002）区分了准社会互动与准社会关系，却也未能解释从前者向后者的过渡如何具体完成。本研究通过实证材料表明，从瞬时性的准社会互动到稳定性的准社会关系，需要依次完成认知可信性评估、情感共鸣激发和关系卷入深化三个环节。这一发现为准社会互动理论补充了时间维度与过程视角。

第二，发现了专业性的“通俗化转译”在准社会互动形成中的关键作用。传统信息源可信度理论强调专业性的重要性（赵大伟、冯家欣，2021），但默认专业性以“专家话语”的形式呈现。本研究则表明，在电商直播场景中，专业性若不能转化为消费者能够理解的日常语言，反而可能成为距离感的来源。这一发现提示，专业性的有效传递依赖于一个此前未被充分关注的中间环节——通俗化转译能力。

第三，揭示了吸引力在准社会互动中的核心机制并非外在形象，而是消费者与主播之间的价值共鸣。这一发现与以往多数将吸引力操作化为外貌或风格吸引的研究有所不同（房琳，2022），本研究通过质性材料表明，使消费者从“观看”转向“认同”的关键节点是价值观的契合而非外表的吸引。

5.参考文献

[1]Giles,D.C.(2002).Parasocial interaction: A review of the literature and a model for future research。*Media Psychology,*4(3),279-305.
[2] Braun, V. & Clarke, V.(2006).Using thematic analysis in psychology.*Qualitative Research in Psychology,*3(2),77-101.
[3]赵大伟、冯家欣（2021）。电商主播关键意见领袖特性对消费者购买的影响研究。*商业研究*，（4），1-9。
[4]郭珂（2021）。电商直播意见领袖对消费者购买意愿的影响（硕士论文）。西南财经大学，成都。
[5]肖锡君（2021）。电商直播模式下意见领袖对消费者购买意愿的影响研究（硕士论文）。湖南大学，长沙。
[6]刘彬杰（2021）。意见领袖对消费者购买意愿的影响——基于准社会互动视角（硕士论文）。西南财经大学，成都。
[7]张延超（2022）。网红直播对消费者购买意愿的影响研究（硕士论文）。首都经济贸易大学，北京。
[8]徐静雯（2022）。电商直播情境下意见领袖对消费者购买意愿的影响研究（硕士论文）。首都经济贸易大学，北京。
[9]房琳（2022）。直播意见领袖特征对消费者购买意愿影响实证研究。*新媒体研究*，8(7)，

23-26+55。
[10]冯家欣（2022）。电商主播特性对消费者购买意愿的影响研究（硕士论文）。哈尔滨商业大学，哈尔滨。
[11]陈祥（2024）。主播特征对消费者购买意愿的影响研究（硕士论文）。吉林大学，长春。
[12]宋钦睿（2025）。电商直播情境下主播特性对消费者购买意愿的影响研究（硕士论文）。哈尔滨商业大学，哈尔滨。

科技创新背景下短视频平台个性化推荐对消费者购买决策的影响机制及管理对策研究

Research on the Influence Mechanism and Management Strategies of Personalized Recommendation on Consumer Purchase Decision in Short Video Platforms under the Background of Technological Innovation

鲜冬 泰国南邦国际科技学院 国际学院 邮箱：846325702@qq.com

International College, Lampang Inter-Tech College, Thailand. Email: 846325702@qq.com

摘要：在科技创新驱动下，短视频平台的个性化推荐技术已成为影响消费者购买决策的核心要素。本文系统构建个性化推荐影响消费者购买决策的理论框架，提出个性化推荐的三维要素矩阵（算法精准度、内容吸引力、时机适配性）及多主体协同治理的“齿轮啮合”动态平衡机制。通过引入 SOR 理论，揭示感知信任与感知价值的中介作用路径。同时，从技术迭代、信任构建、用户分层、伦理规范四个维度构建可持续性驱动的四维动力模型，并提出资源循环的生态系统模型。研究为短视频平台优化推荐策略、提升转化效果、应对算法伦理挑战提供理论支撑与实践指引。

关键词：科技创新，短视频平台，个性化推荐，购买决策，管理对策，SOR 理论

Abstract: Driven by technological innovation, personalized recommendation technology on short video platforms has become a core factor influencing consumers‘ purchase decisions. This paper systematically constructs a theoretical framework for the influence mechanism of personalized recommendation on consumers’ purchase decisions, proposes a three-dimensional matrix model of personalized recommendation (algorithm accuracy, content attractiveness, timing appropriateness) and a “gear meshing“ dynamic balance mechanism of multi-agent collaborative governance. By introducing the SOR theory, the mediating paths of perceived trust and perceived value are revealed. At the same time, a sustainability-driven dynamic model is constructed from four dimensions: technology iteration, trust building, user stratification, and ethical regulation, and an ecosystem model of resource recycling is proposed. The research provides theoretical support and practical guidance for short video platforms to optimize recommendation strategies, improve conversion effects, and address algorithmic ethical challenges.

Keywords: Technological Innovation, Short Video Platform, Personalized Recommendation, Purchase Decision, Management Strategies

1. 引言

1.1 研究背景

截至 2025 年 6 月，我国短视频用户规模已突破 10.5 亿，占网民总数的 94.8%。其中，通过短视频平台浏览并购买商品的比例达到 67.3%，短视频电商已成为网络零售增长的重要引擎（中国互联网络信息中心，2025）。以抖音、快手、视频号为代表的平台，依靠个性化推荐算法实现了“货找人”的消费模式革命。与传统电商的“人找货”不同，个性化推荐能够在用户无明确购买意图时，通过精准预测兴趣，推送可能引发购买欲望的商品内容，从而缩短决策路径，提升转化效率。

1.2 问题提出

尽管个性化推荐带来了商业价值，但也引发了一系列管理难题。一方面，算法透明度不足导致用户对推荐结果产生“被操控感”，部分用户因隐私担忧而关闭推荐功能；另一方面，长期接收高度同质化内容可能形成“信息茧房”，限制消费者视野，甚至引发过度消费或购买后悔。此外，虚假推荐、流量造假等乱象频发，削弱了用户信任。如何科学认识个性化推荐对购买决策的影响机制，并制定系统化的管理对策，成为平台运营者和学术界共同关注的焦点。

1.3 研究意义

本研究基于 SOR（刺激-机体-反应）理论，结合科技创新背景，构建个性化推荐影响消费者购买决策的多维理论框架，揭示感知信任与感知价值的中介路径，并提出涵盖技术、信任、用户、伦理四维的管理对策。研究成果不仅可丰富人机交互与消费者行为领域的理论体系，也为短视频平台优化推荐策略、监管部门制定行业规范提供参考依据。

2. 短视频平台个性化推荐影响购买决策的理论框架

2.1 理论基础：SOR 模型及其适用性

SOR 模型（Stimulus-Organism-Response）由 Mehrabian 和 Russell（1974）提出，认为外部环境刺激通过影响个体的内部情感与认知状态，进而引发行为反应。在短视频场景中，个性化推荐作为外部技术刺激（Stimulus），通过影响消费者的感知信任与感知价值（Organism），最终驱动购买决策（Response）。该模型已被广泛应用于电商与社交媒体研究（陈丽、王芳与赵敏，2024），为本研究提供了核心分析框架。

2.2 个性化推荐的三维要素矩阵

个性化推荐并非单一技术行为，而是由算法精准度、内容吸引力、时机适配性三个核心要素共同作用形成的复合体。构建三维要素矩阵有助于系统理解各要素对消费者购买决策的差异化影响路径，如图 1 所示。

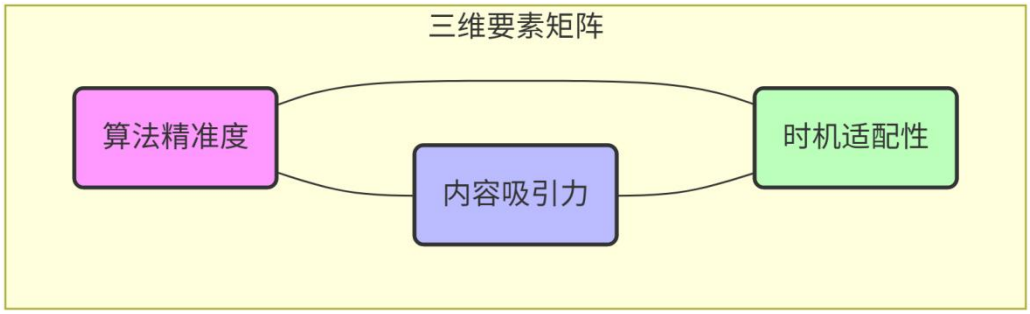


图 1： 短视频平台个性化推荐“三维要素矩阵”

资料来源：本研究整理

2.2.1 算法精准度

算法精准度指推荐内容与用户真实兴趣偏好之间的匹配程度。平台基于用户的显性行为（点赞、评论、关注）和隐性行为（停留时长、滑动速度、重播次数），通过协同过滤、深度学习、图神经网络等算法构建动态用户画像。高精准度能够有效降低信息过载，让消费者快速发现感兴趣的商品，从而提升购买意愿。例如，抖音的“兴趣引擎”采用实时反馈机制，用户每次互动（如完整观看一个带货视频）都会在下一秒影响推荐流。研究表明，精准度每提升 10%，商品点击率可增加约 7.2%（Liang & Chen, 2024）。然而，过度追求精准可能导致推荐内容单一，降低用户探索新奇商品的兴趣。

2.2.2 内容吸引力

内容吸引力是推荐内容的视频质量、创意表达、情感感染力等特征的集合。科技创新（如 4K/8K 高清、AR 虚拟试穿、AI 智能剪辑）极大丰富了内容的表现形式。内容吸引力强的推荐，能够激发消费者的好奇心和愉悦感，增强感知价值。具体可分解为三个子维度：**①视觉吸引力**：画面清晰度、色彩搭配、产品展示完整性；**②叙事吸引力**：剧情设计、悬念设置、节奏把控；**③情感吸引力**：主播感染力、音乐氛围、真实感。例如，快手平台上“真实测评”类视频往往比精致广告更受欢迎，原因在于其高情感真实性降低了用户的防御心理。

2.2.3 时机适配性

时机适配性是指推荐推送的时刻与消费者当前需求、决策阶段或使用场景的匹配程度。科技创新使得平台能够实时捕捉用户的瞬时意图：例如，用户在搜索框输入“连衣裙”后立即推荐相关商品；或根据时段特征（晚间休闲、通勤路上）推送不同类型商品（零食、知识付费）。时机适配性高的推荐能顺势激发消费冲动，不适时的推荐（如深夜推送高热量食品）则可能产生负面效果。研究显示，在用户观看同类视频超过 15 秒后插入商品推荐，转化率比随机插入高出 34%（周涛，2024）。三个要素相互制约、相互促进，平台需动态平衡三者权重。

2.3 感知信任与感知价值的中介机制

根据 SOR 模型，个性化推荐（刺激）通过影响消费者的内部状态（机体）进而影响购买决策（反应）。其中，感知信任和感知价值是两个关键的中介变量。

感知信任包括对平台能力的信任（算法是否可靠）、对内容创作者的信任（是否真实）、以及对交易安全的信任（售后保障）。当消费者认为推荐是基于自身兴趣而非商业利益驱动时，信任感增强；当推荐过于频繁或内容明显为广告时，信任下降。信任的提升会降低决策风险感知，促进购买。

感知价值分为功能性价值（商品信息有用、省时省钱）和情感性价值（愉悦感、社交认同）。个性化推荐通过精准匹配降低了用户的信息搜索成本（功能性），同时有趣的内容和互动带来情感收益（情感性）。高感知价值直接正向影响购买意愿。实证研究表明，感知信任与感知价值在推荐与购买决策之间起部分中介作用，且感知价值的中介效应略强于感知信任（张明、李华与刘伟，2025）。

2.4 多主体协同治理的“齿轮啮合”动态平衡机制

短视频平台个性化推荐的有效性与可持续性，依赖于平台、内容创作者、品牌商家、消费者、监管部门等多主体的协同治理。借鉴制度性集体行动框架（ICA），本文提出多主体协同治理的“齿轮啮合模型”（如图 2）。各主体如同齿轮，齿距匹配度决定了系统运转效率。只有各主体明确权责、相互配合，才能使个性化推荐积极效应最大化，同时抑制算法偏见、虚假推荐等负面问题。

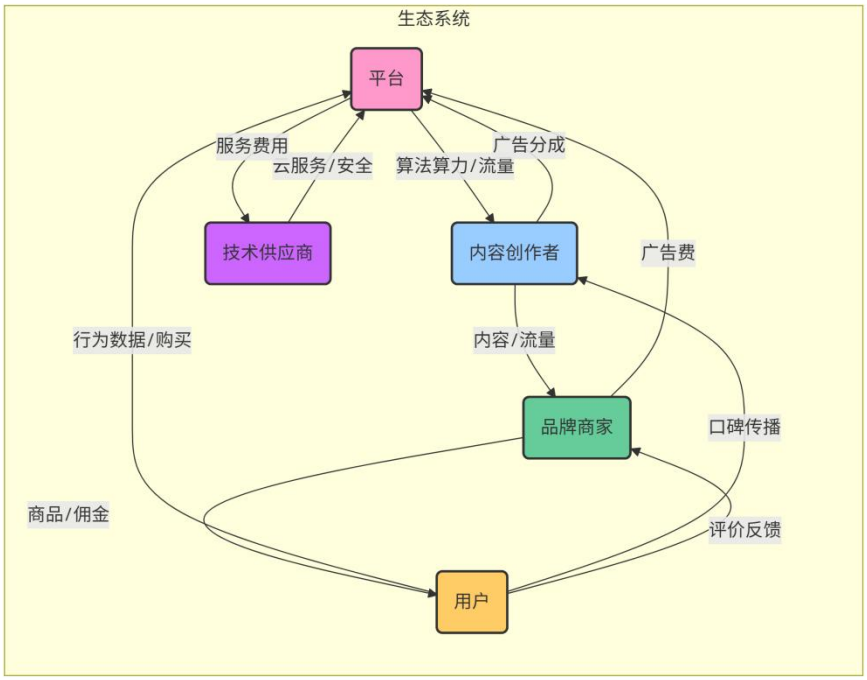


图 2： 短视频平台多主体协同治理“齿轮啮合模型”

资料来源：本研究整理

各主体具体权责细化如下：

平台：承担规则制定与技术赋能的角色。应优化推荐算法的透明度与公平性，建立推荐解释机制（如“因为您看过 XX”标签）；同时设置用户反馈通道（“不感兴趣”按钮），动态修正模型。平台还需平衡商业变现与用户体验，避免过度商业化稀释推荐质量。

内容创作者：负责生产符合规范的高质量短视频。需真实展示产品，避免夸大宣传或虚假诱导；主动标注广告合作信息，增强可信度。创作者应通过互动（回复评论、直播答疑）提升情感连接，强化社会信任。

品牌商家：提供合规产品与优质售后服务。配合平台进行精准投放，利用推荐流量实现销售转化；同时向平台反馈用户投诉与退换货数据，帮助优化推荐模型。商家应避免刷单、刷评等行为，维护生态健康。

消费者：作为数据源和最终购买者，其主动反馈（如“不感兴趣”、低分评价）反向优化推荐算法。消费者应提升媒介素养，理性对待推荐内容，避免冲动消费。同时，消费者可通过投诉维权机制监督平台与商家行为。

监管部门：依据《互联网信息服务算法推荐管理规定》《电子商务法》等法规，对平台进行算法备案、安全评估和监督检查。监管部门应建立算法影响评价体系，对可能造成信息茧房、价格歧视的推荐行为进行干预。

各主体之间通过契约治理（如平台与商家的分成协议、创作者与品牌的合作合同）和社会资本（用户对创作者的信任、品牌声誉）降低协同成本。当某一主体“齿轮”齿距错位（如平台过度追求广告收入压制用户体验），整个系统效率将下降。因此，需要动态调整，保持啮合匹配。

3. 影响机制与管理对策的可持续路径

3.1 可持续性驱动的四维动力模型

为保障短视频平台个性化推荐对购买决策的积极影响长期可持续，本文构建四维动力模型，涵盖技术迭代、信任构建、用户分层、伦理规范四个维度。每个维度下包含具体动力要素与实施路径。

3.1.1 技术迭代维度

技术创新是提升推荐效果的根本动力。具体路径包括：

算法升级：引入多模态学习（融合视频、音频、文本特征）、强化学习（动态平衡探索与利用），提高推荐精准度与新颖性的平衡。例如，TikTok 的推荐系统融合了完播率、重播率、分享率等 20 余个信号，实现毫秒级响应。

可解释推荐：开发推荐解释模块，向用户展示推荐理由（如“因您搜索过夏季连衣裙”“与您相似的 90 后用户也喜欢”）。可解释性能显著提升用户对算法的接受度和信任感（胡晓明与郑阳，2025）。

隐私保护技术：采用联邦学习、差分隐私等技术，在无需上传原始数据的情况下训练模型，减少用户隐私泄露风险。这有助于缓解用户对“被监视”的担忧，间接提升推荐接受度。

3.1.2 信任构建维度

信任是连接推荐与购买的关键桥梁。平台应从三个层面构建信任体系：

制度信任：在显著位置公示数据收集与使用规则，提供个性化推荐关闭选项，设立用户申诉渠道。例如，抖音在“设置-通用设置-管理个性化内容推荐”中提供开关，并说明关闭后果。

技术信任：通过持续准确推荐和及时纠错展示算法可靠性。当用户标记“不感兴趣”后，系统应快速减少同类推荐，并在后续展示反馈确认提示。

关系信任：鼓励创作者与粉丝建立长期互动关系，如定期直播、粉丝群运营。同时引入第三方评价体系（如买家秀、信誉分），增加社会证明。研究表明，带有真实买家秀的推荐商品，点击转化率高出 37%（陈丽、王芳与赵敏，2024）。

3.1.3 用户分层维度

不同用户对个性化推荐的反应存在显著差异，需采用差异化策略。

用户类型划分：基于用户活跃度、消费历史、推荐敏感度等指标，将用户分为四类：高活跃高转化（核心用户）、高活跃低转化（娱乐型用户）、低活跃高转化（目标型用户）、低活跃低转化（潜在用户）。

分层策略：对核心用户，提供超个性化推荐（如跨品类搭配、会员专属价）；对娱乐型用户，减少硬广频次，增加趣味性、挑战性内容，逐步引导兴趣；对目标型用户，强化精准度，提供搜索辅助推荐；对潜在用户，采用保守推荐（热门、高评分商品），并通过新手任务引导行为。

动态调整：用户类型并非固定，平台应基于行为变化实时调整策略。例如，连续三天观看美妆视频的低活跃用户，可临时提升为高活跃类，推送相关商品。

3.1.4 伦理规范维度

个性化推荐可能引发信息茧房、过度诱导消费、算法歧视等伦理问题，损害长期可持续发展。对策包括：

内容多样性干预：在推荐流中适度插入探索性内容（非兴趣但高质量的商品），打破同质化循环。例如，快手在推荐流中每 10 条插入 1 条“你可能也喜欢”的跨品类内容，用户反馈积极。

消费理性引导：对可能诱发冲动消费的推荐（如“限时秒杀”“仅剩 3 件”等）标注风险提示，或在支付环节增加冷静期弹窗。研究显示，温和提醒能减少 22%的冲动退货率（李华、张明与刘伟，2025）。

算法公平性审计：定期评估推荐结果是否存在性别、地域、价格区间的系统性偏差。对检测出的歧视性推荐模式进行修正。建议每季度发布算法影响报告，接受第三方审计。

行业自律与监管协同：平台应主动加入《互联网平台算法推荐自律公约》，配合监管部门进行算法备案。监管部门可建立“算法伦理红绿灯”制度，对明显有害的推荐行为（如向青少年推送酒类）进行处罚。

3.2 资源循环的生态系统模型

基于生态位理论，构建短视频平台个性化推荐影响消费者购买决策的资源循环生态系统（如图 3）。在该系统中，平台、内容创作者、品牌商家、用户、技术供应商等主体各自占据独特生态位，通过数据流、资金流和内容流的循环实现价值共创。

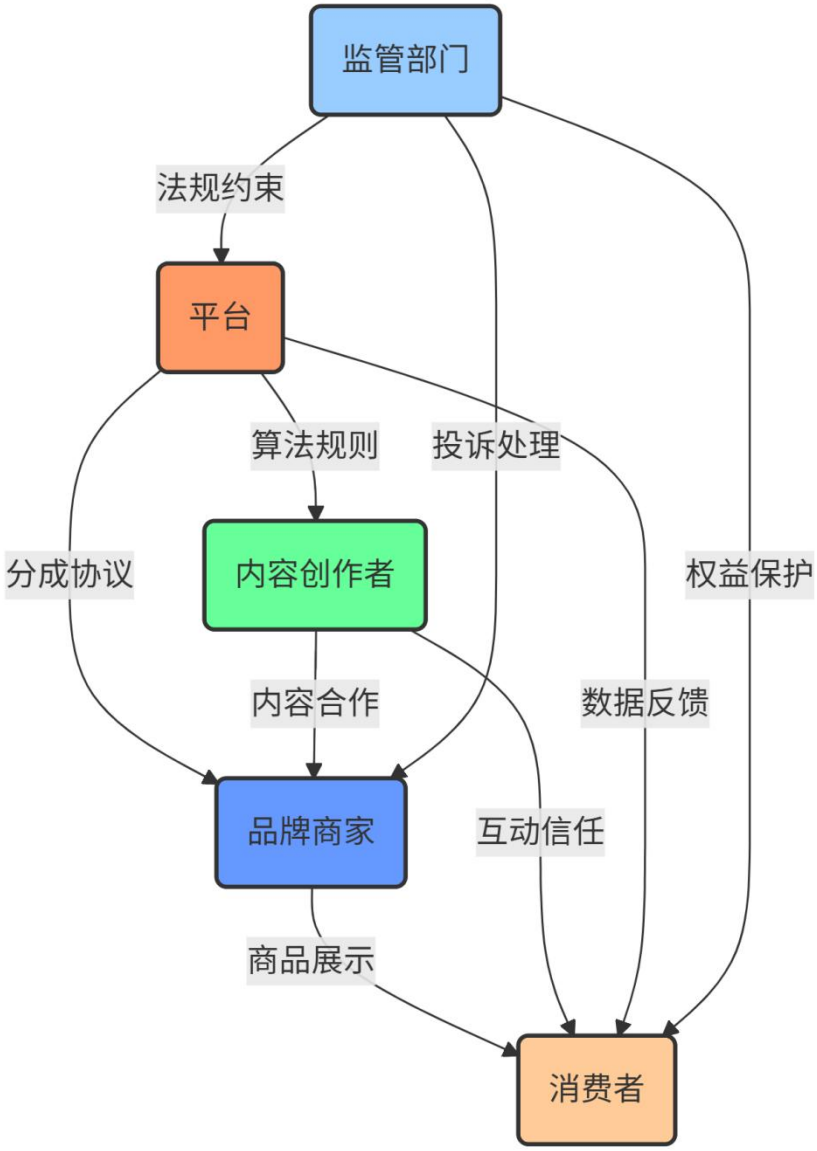


图 3： 短视频平台个性化推荐“资源循环生态系统”

资料来源：本研究整理

各主体在生态系统中的投入与产出细化如下：

平台：投入算法算力（服务器、研发团队）、流量分发能力、数据安全保障体系；产出个性化推荐流、交易撮合服务、用户行为数据报告。

内容创作者：投入创意策划、拍摄剪辑时间、个人 IP 运营；产出吸引用户的短视频和直播内容，以及由此带来的流量。

品牌商家：投入产品研发、库存、折扣优惠、广告费用；产出销售数据、品牌曝光量、用户评价。

用户：投入注意力、浏览行为、购买力、社交传播（分享、评论）；产出消费数据及口碑效应。

技术供应商：提供云存储、CDN 加速、安全防护、数据分析工具等基础设施；从平台获得服务收入。

资源循环路径具体描述：

循环 A（数据→算法→推荐）：用户的行为数据被平台收集，经过算法处理后形成个性化推荐流；推荐流引导用户继续互动，产生新数据。该循环的效率决定了系统的核心驱动力。

循环 B（流量→内容→商品）：平台将流量分配给创作者，创作者通过优质内容吸引用户；用户在内容中接触商品，点击跳转至商家页面；商家获得订单后，通过佣金或广告费形式回馈平台和创作者。

循环 C（收益→再投资）：平台获得广告和佣金收入后，部分用于技术研发（升级算法）、创作者激励（现金奖励、流量扶持）；商家获得利润后，扩大广告投放或优化产品；创作者获得收益后，升级设备、提高内容质量。

循环 D（信任→忠诚）：长期稳定的推荐质量和优质售后服务，积累用户信任；信任转化为平台忠诚度和复购行为；复购行为进一步优化用户画像，提升推荐精准度。

个性化推荐作为“催化剂”，加速了数据、注意力、商品、资金在不同主体间的流动。高匹配的推荐降低交易摩擦，使各方收益最大化。平台应建立开放的数据接口（API）和公平的收益分配机制（如明确的分成比例），鼓励中小创作者和长尾商家参与，避免头部垄断，实现生态系统的自生长与可持续。

4. 结束语

在科技创新不断重塑消费模式的背景下，短视频平台的个性化推荐技术已成为影响消费者购买决策的关键驱动因素。本文基于 SOR 理论，系统构建了个性化推荐的三维要素矩阵（算法精准度、内容吸引力、时机适配性），揭示了感知信任与感知价值的中介机制，提出了多主体协同治理的齿轮啮合模型，并从技术迭代、信任构建、用户分层、伦理规范四个维度构建了可持续性驱动的四维动力模型，进一步设计了资源循环的生态系统。研究为短视频平台优化推荐策略、提升转化效果、应对算法伦理挑战提供了清晰的理论框架和实践路径。

本研究也存在一定局限性：首先，理论模型尚未经过大规模实证检验，后续可通过问卷调查或 A/B 测试验证各路径的效应量；其次，研究主要聚焦于电商类推荐，对知识

付费、本地生活等非实物商品推荐的适用性有待探讨；最后，随着生成式 AI（如 Sora）和元宇宙技术的发展，未来的推荐可能向多模态、沉浸式方向演进，平台需动态调整管理策略。

未来研究可从以下方向深化：一是开展跨文化比较研究，分析不同国家用户对个性化推荐的接受度差异；二是探索人机协同的推荐治理模式，让用户参与算法规则设计；三是研究推荐算法对消费者长期幸福感的影响，平衡效率与福祉。我们期待科技创新与消费伦理的良性互动，推动短视频电商向更高质量、更可持续的方向发展。

参考文献：

[1] 陈丽、王芳、赵敏（2024）。短视频平台个性化推荐对消费者购买意愿的影响——基于SOR模型。*商业经济与管理，40*(3)， 55-64。

[2] 李华、张明、刘伟（2025）。算法透明度与用户信任：短视频推荐系统的实证研究。*管理评论，37*(2)， 112-121。

[3] 王磊、孙婷婷（2023）。算法营销：从推荐到转化。北京：清华大学出版社。

[4] 周涛（2024）。信息茧房效应下的消费者决策偏差研究。*信息系统学报，20*(3)， 22-31。

[5] 胡晓明、郑阳（2025）。平台治理视角下个性化推荐的伦理风险与规制。*中国流通经济，39*(4)， 34-43。

[6] 中国互联网络信息中心（2025）。第55次中国互联网络发展状况统计报告。北京：CNNIC。

[7] Liang, T. P., & Chen, H. Y. (2024). Personalized recommendation and consumer purchase decision: The mediating role of perceived value in short video platforms. *Journal of Electronic Commerce Research, 25*(2), 89-105.

[8] Zhang, X., & Li, Y. (2025). Algorithm governance in short video platforms: Balancing personalization and user welfare. *Information & Management, 62*(1), 103-120.

酒店品牌形象对顾客忠诚度影响的理论模型与研究设计——顾客满意度的中介作用

A Theoretical Model and Research Design for the Impact of Hotel Brand Image on Customer Loyalty: The Mediating Role of Customer Satisfaction

张超 泰国南邦国际科技学院国际学院 邮箱：258338020@qq.com

Zhang Chao, International College, Lampang Inter-Tech College, Thailand. Email: 258338020@qq.com

摘要：在数字化预订、在线评论和体验型消费持续影响酒店选择的背景下，酒店品牌形象已由单一的名称与标识扩展为顾客对服务表现、住宿体验、品牌特色、文化表达和情感价值的综合评价。本文定位为研究设计型论文，以品牌理论、感知价值理论和态度三成分理论为基础，将酒店品牌形象视为整体性构念，构建“酒店品牌形象—顾客满意度—顾客忠诚度”理论模型，并提出四项待检验假设。研究拟以过去 12 个月内具有品牌酒店入住经验的中国消费者为调查对象，采用结构化问卷收集数据；正式研究计划依次开展问卷筛选、描述性统计、共同方法偏差诊断、初步信度分析、验证性因子分析、组合信度与聚合效度及区分效度检验、结构方程模型和 Bootstrap 中介效应检验。本文旨在形成一套理论关系清晰、测量边界明确、分析步骤可执行的实证研究方案，为后续识别酒店品牌管理的相对薄弱项、解释顾客忠诚形成机制并提出管理建议奠定基础。由于正式调查尚未完成，本文不报告未经检验的实证结果。

关键词：酒店品牌形象；顾客满意度；顾客忠诚度；研究设计

Abstract: This paper develops a theoretical model and an implementable research design rather than reporting completed empirical findings. In the context of digital booking, online reviews, and experience-oriented consumption, hotel brand image has evolved from a simple identification symbol into customers' overall evaluation of service performance, lodging experience, brand distinctiveness, cultural expression, and emotional value. Drawing on brand theory, perceived value theory, and the tripartite attitude model, the study conceptualizes hotel brand image as a holistic construct and proposes a model linking hotel brand image, customer satisfaction, and customer loyalty. Four hypotheses are developed for subsequent testing. The planned survey targets Chinese consumers with hotel-stay experience and uses a structured questionnaire covering demographic information, hotel brand image, customer satisfaction, and customer loyalty. The proposed analytical procedure includes questionnaire screening, descriptive statistics, common-method-bias assessment, reliability and validity testing, confirmatory factor analysis, structural equation modeling, and Bootstrap mediation analysis. The study aims to provide a transparent and reproducible empirical framework for identifying weaknesses in hotel brand management, explaining the formation of customer loyalty, and developing evidence-based managerial recommendations. Because the formal survey has not yet been completed, no unverified empirical results are reported.

Keywords: hotel brand image; customer satisfaction; customer loyalty; research design

1.引言

1.1 研究背景与现实问题

随着居民消费需求由基础住宿功能逐步转向品质体验，顾客在选择酒店时越来越重视服务品质、环境氛围、品牌口碑、文化特色和情感价值。在线旅游平台、社交媒体和移动预订工具进一步改变了酒店信息获取与比较方式，潜在顾客通常会在预订前综合网络评论、品牌传播、价格信息和既往入住经验形成判断。缪章伟与陆诤岚（2021）基于高星级酒店网络评论指出，顾客评价能够集中反映设施、服务、环境、位置和总体体验，这说明酒店品牌形象已深度嵌入顾客的信息搜索与消费决策过程。

酒店品牌形象并非仅由名称、标识和广告宣传构成，而是在顾客信息搜索、预订、入住、服务接触和离店评价等环节中逐步形成的总体印象。马有明与李咪咪（2020）认为，品牌形象包含品牌属性、功能利益、象征意义和总体评价；Lai（2019）的酒店研究进一步显示，酒店形象与声誉、服务质量、感知价值、满意度和忠诚度存在紧密联系。因此，酒店品牌管理不能停留在视觉传播层面，还需要关注品牌承诺能否通过客房环境、员工服务、流程便利性和整体住宿体验得到兑现。

从经营管理角度看，稳定而积极的品牌形象有助于降低顾客选择风险，提高品牌识别度和信任感，并形成较为稳定的顾客关系。相反，当品牌传播与实际体验不一致时，顾客可能产生失望评价、负面口碑和品牌转换意愿。顾客满意度在这一过程中具有承上启下的作用：它既是顾客对实际入住结果的综合判断，也是顾客是否再次入住、优先选择和主动推荐的重要基础。因此，有必要将酒店品牌形象、顾客满意度和顾客忠诚度纳入同一理论框架，系统分析三者之间的作用路径。

1.2 研究缺口

现有研究为理解酒店品牌形象及其行为结果提供了重要基础，但仍存在进一步完善的空间。第一，部分研究主要从品牌性格、服务质量、品牌体验、品牌信任或目的地形象等特定内容展开分析，对酒店品牌形象作为整体性构念的作用及其总体评价表现仍需进一步检验。酒店品牌形象具有认知、体验与情感交织的特征，若将不同内容简单拆分为若干平行变量，容易弱化顾客对酒店品牌形成的整体判断。

第二，已有研究虽然分别讨论了酒店品牌形象、顾客满意度和顾客忠诚度之间的关系，但对酒店品牌形象如何通过满意度转化为忠诚度的机制解释仍不充分。顾客可能因为积极的品牌形象直接产生优先选择意愿，也可能在实际入住后通过满意评价形成持续选择和推荐意向。因此，同时检验直接效应与中介效应，有助于区分品牌形象的前置影响与满意度的转化作用。

第三，部分研究较为关注路径关系是否显著，但对如何将变量总体评价、具体题项表现、直接效应和中介效应转化为酒店管理重点的讨论仍显不足。只有将统计检验结果与品牌传播一致性、服务承诺兑现、顾客反馈处理和关系维护等管理环节相对应，研究结论才能形成更具操作性的实践价值。

1.3 研究问题与研究目的

基于上述问题，本文提出四个研究问题：第一，在中国酒店消费情境下，顾客对酒店品牌形象、顾客满意度和顾客忠诚度的总体评价及相对薄弱项如何；第二，作为整体性构念的酒店品牌

形象是否对顾客满意度和顾客忠诚度产生显著正向影响；第三，顾客满意度是否对顾客忠诚度产生显著正向影响，并在酒店品牌形象影响顾客忠诚度的过程中发挥中介作用；第四，酒店应如何根据总体评价、题项表现、直接效应和中介效应检验结果优化品牌形象、提升顾客满意度并强化顾客忠诚度。

与研究问题相对应，本文的研究目的包括：分析三个核心变量的总体评价与题项表现，识别相对薄弱项；检验酒店品牌形象对顾客满意度和顾客忠诚度的直接作用；检验顾客满意度对顾客忠诚度的影响及其中介作用；在实证检验完成后，根据描述性结果和结构路径结果提出针对性管理建议。本文不预设研究结论，而是重点建立理论关系清晰、测量方案明确、数据分析步骤可执行的研究设计。

1.4 研究意义与预期贡献

在理论层面，本文将酒店品牌形象作为整体性构念进行处理，强调顾客对品牌传播、服务表现、住宿体验与情感价值形成的综合判断，避免将题项覆盖的不同内容直接等同于多个平行自变量。在此基础上，研究同时检验品牌形象对忠诚度的直接作用以及经由顾客满意度产生的间接作用，有助于完善酒店品牌形象转化为顾客忠诚度的机制解释。

在实践层面，研究设计不仅关注变量关系是否显著，还计划结合变量均值、题项排序、直接效应和中介效应识别酒店品牌管理中的相对薄弱项。后续研究结果可为酒店统一品牌传播与实际服务、优化预订和入住流程、强化员工服务行为、改善顾客反馈处理、完善会员关系管理和提升口碑传播质量提供依据。

2.文献综述与理论基础

2.1 核心概念界定

2.1.1 酒店品牌形象

品牌形象是消费者在接触品牌名称、标识、传播信息、产品或服务以及消费体验后形成的总体认识和综合评价。酒店属于典型的体验型服务，顾客在入住前难以完全判断服务结果，因此会借助品牌声誉、网络评价和既往经验降低选择风险；入住后又会根据客房环境、员工互动、服务流程和品牌承诺兑现情况修正原有判断。Lai（2019）指出，酒店形象不仅影响顾客的初步选择，还会与声誉、感知价值、满意度和忠诚度形成连续关系。

本文将酒店品牌形象界定为：顾客在接触酒店品牌信息并经历预订、入住、服务互动和消费评价后，对酒店品牌形成的较为稳定的认知联想、情感评价和整体印象。在测量上，题项将聚焦品牌总体印象、形象特色、积极联想和形象一致性等内容，避免将满意度、品牌信任、推荐意愿和持续关注等其他构念混入酒店品牌形象量表。酒店品牌形象在研究模型中作为整体性一阶构念，不再将题项覆盖的不同内容设为平行自变量。

2.1.2 顾客满意度

顾客满意度是顾客将消费前预期与消费后实际体验进行比较后形成的总体评价。酒店服务具有过程性与接触性，客房设施、服务效率、员工态度、环境氛围、价格感知和情感体验都会影响满意判断。El-Adly（2019）指出，酒店顾客会综合质量、价格、交易价值、享乐价值和自我满足形成满意评价；Assaker、O’Connor 与 El-Haddad（2020）也表明，形象、感知质量、信任和满意

度共同影响顾客忠诚。本文将顾客满意度界定为顾客对最近一次酒店入住体验及品牌承诺兑现程度形成的总体评价。

2.1.3 顾客忠诚度

顾客忠诚度既包含再次入住、优先选择和持续消费等行为意向，也包含品牌偏好、积极评价和口碑推荐等态度表现。Kandampully、Zhang 与 Bilgihan（2015）指出，酒店业忠诚研究需要同时关注态度与行为，因为单纯的重复购买可能受到价格、便利性或转换成本影响。本文将顾客忠诚度界定为顾客基于酒店品牌认知和入住体验，对该品牌形成持续偏好，并表现为再次入住、优先选择、主动推荐和不轻易转换品牌的行为倾向。

表 1：核心概念、操作性定义与理论角色

变量	操作性定义	模型角色	主要参考来源
酒店品牌形象	顾客在接触品牌信息并经历预订、入住和评价后形成的总体认知、情感评价与品牌印象。	自变量	马有明与李咪咪（2020）；Lai（2019）
顾客满意度	顾客将入住前预期与实际住宿体验比较后形成的总体评价。	中介变量	El-Adly（2019）；Assaker 等人（2020）
顾客忠诚度	顾客对酒店品牌形成的持续偏好及再次入住、优先选择、推荐和抵制转换意向。	因变量	陈志军与徐飞雄（2021）；Kandampully 等人（2015）

资料来源：根据本文相关文献整理。

2.2 理论基础

2.2.1 品牌理论

品牌理论强调品牌不仅承担识别产品或服务来源的功能，也是企业传递价值主张、形成差异优势和维系顾客关系的重要资源。对酒店而言，品牌通过名称、视觉识别、服务标准、空间风格和互动方式向顾客传递承诺；顾客则通过实际接触对这些信息进行验证，并形成总体品牌形象。品牌形象越清晰、一致且可信，顾客越容易降低选择不确定性并建立稳定偏好。因此，品牌理论为解释酒店品牌形象影响满意度和忠诚度提供了基本逻辑。

2.2.2 感知价值理论

感知价值理论认为，顾客会对消费过程中获得的利益与付出的成本进行综合权衡。酒店消费中的利益不仅包括客房功能、设施质量和服务效率，也包括愉悦体验、文化感受、社会认同和心理满足；成本则包括价格、时间、信息搜索和风险承担。El-Adly（2019）的研究表明，酒店感知价值具有质量、价格、交易价值、享乐价值和自我满足等多维特征，并能够影响满意度和忠诚度。积极的酒店品牌形象可以提高顾客对预期利益的判断，而实际体验则决定这种价值预期是否得到确认，进而影响满意与忠诚。

2.2.3 态度三成分理论

态度三成分理论将个体态度概括为认知、情感和行为倾向三个相互关联的成分。顾客首先基于品牌传播和服务信息形成认知判断，继而在实际入住后产生满意、信任、喜爱或失望等评价性情感，最终形成再次选择、持续支持和推荐等行为倾向。陈志军与徐飞雄（2021）运用 ABC 态度模型解释民宿游客忠诚，表明忠诚的形成总体符合“认知—情感—行为”的连续过程。本文并不将三个变量与三种态度成分机械对应，而是将酒店品牌形象视为前置综合评价，将顾客满意度视为消费后的评价性反应，将顾客忠诚度视为后续行为倾向。

2.3 文献述评

综合现有研究可以发现，品牌形象、顾客满意度和顾客忠诚度之间具有较为明确的理论联系。积极的品牌形象能够提高顾客对服务质量和消费价值的预期，满意度则反映顾客对品牌承诺与实际体验一致性的判断，并进一步影响持续选择和推荐行为。然而，现有研究在整体构念处理、中介机制检验和管理结果转化方面仍存在完善空间。基于此，本文将三个变量纳入同一模型，拟采用结构方程模型同时检验直接路径和中介路径，并将描述性统计与题项表现纳入后续管理分析框架。

3.研究假设与理论模型

3.1 酒店品牌形象与顾客忠诚度

积极的酒店品牌形象能够提高品牌识别度，增强顾客信任和心理认同，使该品牌更容易进入顾客的优先选择范围。辛璐琦与王兴元（2016）指出，品牌形象识别要素能够通过品牌认同影响游客行为意愿；Akunja（2020）也发现，酒店有形环境、员工互动和企业整体形象会影响顾客忠诚。Çelikkol（2020）的研究进一步说明，品牌形象与品牌信任均会促进品牌忠诚。因此提出：

H1：酒店品牌形象对顾客忠诚度具有显著正向影响。

3.2 酒店品牌形象与顾客满意度

酒店品牌形象会在顾客入住前形成服务质量、环境氛围和价值获得的预期，并在入住后成为判断品牌承诺是否兑现的重要参照。清晰、积极且一致的品牌形象能够降低顾客的不确定感，提高对酒店可靠性和服务价值的认可。Lahap 等人（2016）发现酒店品牌形象能够显著影响顾客满意度；Assaker、O’Connor 与 El-Haddad（2020）也指出，酒店形象与感知质量、信任和满意度之间存在紧密联系。因此提出：

H2：酒店品牌形象对顾客满意度具有显著正向影响。

3.3 顾客满意度与顾客忠诚度

顾客满意度是对住宿结果的综合判断，也是后续持续选择的重要基础。当实际体验达到或超过预期时，顾客更容易减少品牌转换、继续入住并向他人推荐。吴文智与唐培（2022）发现，旅游体验质量会通过满意度进一步影响目的地忠诚；El-Adly（2019）也证实酒店顾客满意度对忠诚度具有重要作用。因此提出：

H3：顾客满意度对顾客忠诚度具有显著正向影响。

3.4 顾客满意度的中介作用

酒店品牌形象可能直接影响顾客忠诚度，也可能先影响顾客对实际住宿结果的满意判断，再转化为持续选择与推荐意愿。顾客在接触品牌传播后形成预期，在入住过程中验证品牌承诺，并根据实际体验产生满意或不满意的评价；这一评价进一步决定其是否愿意维持品牌关系。Assaker、O'Connor 与 El-Haddad（2020）的研究说明，形象可以通过感知质量、满意度和信任影响忠诚；陈志军与徐飞雄（2021）也将满意度视为住宿情境中忠诚形成的重要环节。因此提出：

H4：顾客满意度在酒店品牌形象与顾客忠诚度之间发挥中介作用，即酒店品牌形象通过顾客满意度对顾客忠诚度产生显著正向间接影响。

3.5 理论模型

根据上述理论推导，本文构建由酒店品牌形象、顾客满意度和顾客忠诚度组成的结构模型。酒店品牌形象为自变量，顾客满意度为中介变量，顾客忠诚度为因变量；模型计划同时检验酒店品牌形象对顾客满意度的路径、酒店品牌形象对顾客忠诚度的路径、顾客满意度对顾客忠诚度的路径以及顾客满意度的中介效应，如图 1 所示。

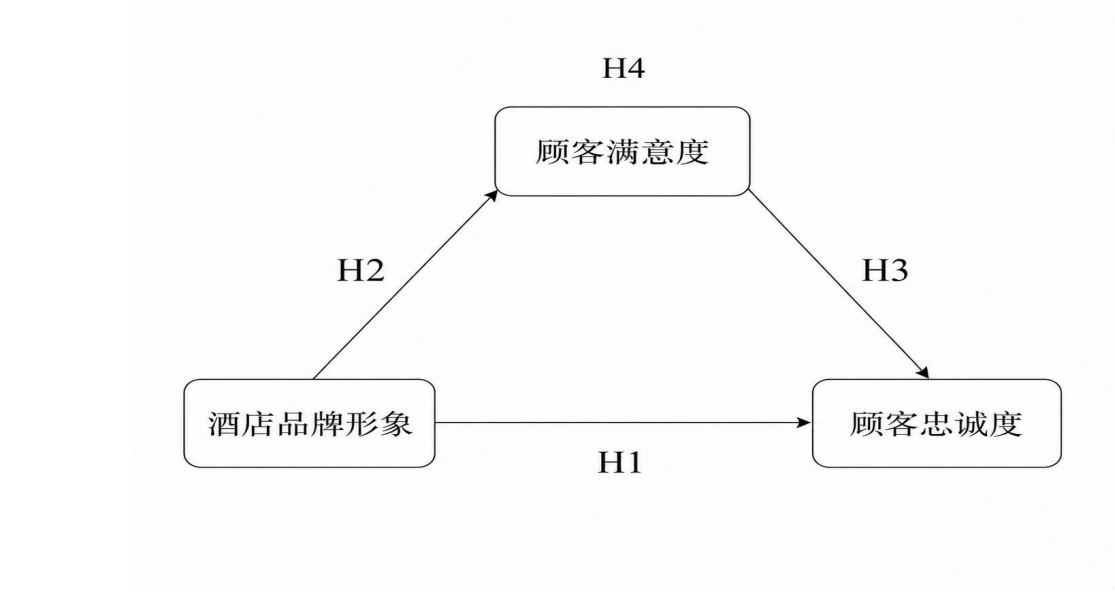


图 1：酒店品牌形象影响顾客忠诚度的理论模型
资料来源：作者自制。

4.研究方案与设计

4.1 研究设计定位与技术路线

本文采用定量研究思路，现阶段已经完成研究问题提出、概念界定、理论分析、研究假设推导、理论模型构建和研究方案设计；问卷预调查、正式调查、数据筛选及统计检验均属于后续拟实施环节。研究设计强调理论逻辑、测量工具和统计方法之间的一致性：研究问题决定需要检验的变量关系，理论基础支持假设推导，操作性定义连接抽象概念与问卷题项，验证性因子分析用于检验测量结构，结构方程模型和 Bootstrap 方法用于检验直接效应与中介效应。具体技术路线如图 2 所示。

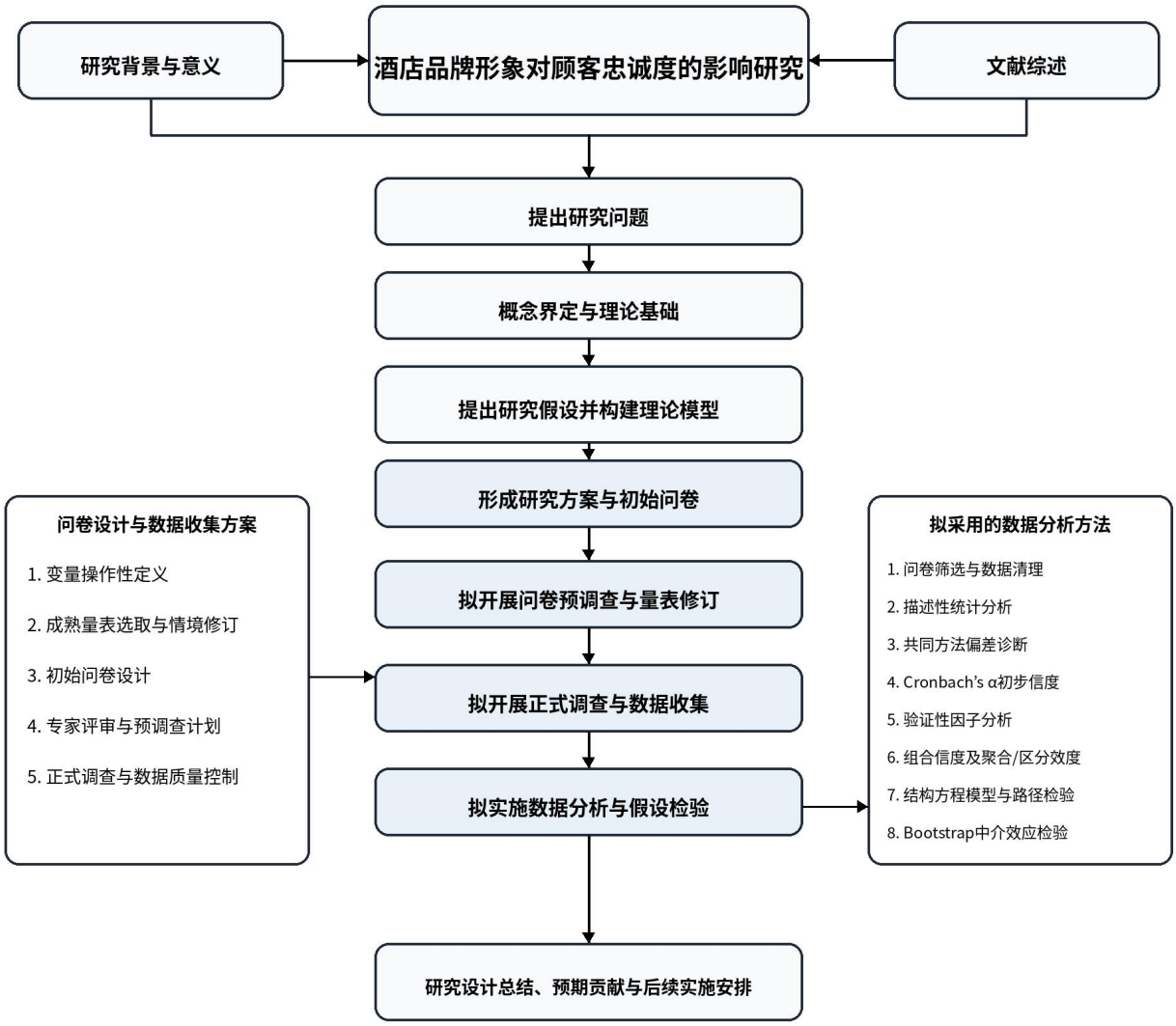


图 2：研究技术路线图

注：问卷预调查、正式调查、数据收集、统计分析及假设检验均为后续拟实施环节。
资料来源：作者自制。

4.2 研究对象与抽样设计

研究对象拟为过去 12 个月内至少入住过一次具有明确品牌名称酒店的中国消费者。为保证受访者能够对酒店品牌形象、顾客满意度和顾客忠诚度作出有效判断，正式问卷将设置筛选题，并要求受访者以最近一次入住的品牌酒店作为统一评价对象。对于过去 12 个月内无品牌酒店入住经历、无法确认评价对象、核心题项缺失严重或答题信息明显不完整的样本，将不纳入正式分析。

考虑研究实施条件，本文拟采用便利抽样法，并通过线上与线下相结合的方式收集数据。线上问卷计划通过问卷星生成链接，经微信等渠道发放；线下调查可在具有酒店消费经验的人群中开展。综合考虑核心测量题项数量、模型复杂程度、验证性因子分析和结构方程模型稳定估计的需要，正式研究计划发放约 400 份问卷，以获得不少于 300 份有效问卷，并以约 350 份有效样本

作为目标。数据回收后将剔除作答时间异常、连续选择同一选项、逻辑矛盾、缺失严重及无法确认酒店评价对象的问卷。

4.3 变量测量与问卷结构

问卷拟包括研究说明、筛选题、人口统计信息和三个核心变量测量四个部分。核心变量均采用 Likert 五点量表，1 代表“非常不同意”，5 代表“非常同意”。酒店品牌形象拟采用 6—8 个整体性题项，重点测量总体印象、形象特色、积极联想和形象一致性，避免混入满意度、信任和忠诚意向内容；顾客满意度主要测量总体满意、选择正确、预期确认和体验愉悦；顾客忠诚度主要测量再次入住、优先选择、主动推荐和抵制转换意向。具体题项数量将在专家评审和预调查后确定。

表 2：主要变量的测量安排与问卷内容

部分	主要内容	测量方式	设计说明
筛选与说明	酒店入住经历、评价对象确认、匿名与学术用途说明	选择题与文字说明	保证受访者具有实际评价基础
人口统计信息	性别、年龄、教育程度、收入、入住频率等	分类选择题	用于描述样本结构及必要的差异分析
酒店品牌形象	总体印象、形象特色、积极联想和形象一致性	Likert 五点量表；拟设 6—8 项	整体性一阶构念，题项数量经专家评审和预调查确定
顾客满意度	总体满意、选择正确、预期确认和体验愉悦	Likert 五点量表；拟设 3—4 项	中介变量
顾客忠诚度	再次入住、优先选择、主动推荐和抵制转换意向	Likert 五点量表；拟设 4 项	因变量

资料来源：根据本文问卷设计整理。

4.4 问卷预调查与量表修订计划

正式调查前，本文拟开展专家评审与小规模预调查。专家评审重点检查变量定义、题项内容覆盖、语言准确性和酒店消费情境适配性。预调查计划获得约 40—60 份有效问卷，主要用于检查题项可理解性、问卷填答时间、校正项总相关系数和初步内部一致性，并结合受访者反馈识别题项歧义、双重提问、表达重复和选项设置不合理等问题。预调查不用于确认正式因子结构，也不用于检验研究假设。

预调查数据拟使用 SPSS 进行描述性统计、题项分析和 Cronbach’s α检验。对于校正项总相关系数偏低、删除后α明显提高或受访者普遍反映难以理解的题项，将结合变量定义和理论含义进行修改或删除。由于预调查样本规模有限，预调查阶段不依据 KMO、探索性因子分析或交叉载荷结果对量表结构作出正式判断。正式调查获得大样本后，再通过验证性因子分析检验因子载荷、模型拟合、聚合效度和区分效度。

4.5 数据收集与质量控制

正式数据收集将遵循匿名、自愿和仅用于学术研究的原则。问卷开头说明研究目的、作答方式和隐私保护要求，避免收集与研究无关的个人敏感信息。线上数据将设置必答项、合理作答时间和逻辑检查，线下数据则由调查人员统一说明填写要求。数据回收后，研究将建立明确的筛选规则，包括剔除答题时间异常、缺失比例过高、同一选项连续作答、前后逻辑矛盾以及无法确认酒店评价对象的问卷。

为降低共同方法偏差，问卷设计阶段将采用匿名作答、题项随机或分区呈现、强调不存在标准答案以及避免诱导性措辞等程序控制方式；数据分析阶段则计划采用统计检验进行辅助判断。质量控制的目的不是机械提高统计指标，而是保证样本确实来自目标人群，并使每个变量的测量内容与理论定义保持一致。

4.6 拟采用的数据分析方案

正式调查完成后，研究拟使用 SPSS 和 AMOS 软件进行数据处理。分析首先开展问卷筛选、样本描述和变量描述，并以程序控制为主、统计诊断为辅评估共同方法偏差；随后分别计算三个分量表的 Cronbach's α，并通过验证性因子分析检验测量模型，在此基础上计算组合信度、平均方差提取量并检验区分效度；最后采用结构方程模型估计 H1—H3 的直接路径，并通过 Bootstrap 置信区间检验 H4 的间接效应。必要时，可使用独立样本 t 检验或单因素方差分析比较不同人口统计群体的评价差异，但差异分析属于补充分析，不改变本文核心理论模型。

表 3：计划采用的数据分析步骤与研究目的

步骤	分析内容	主要方法	对应研究目的
1	问卷筛选与数据清理	缺失值、作答时间、逻辑一致性和异常模式检查	获得有效样本
2	样本与变量描述	频数、百分比、均值、标准差和题项排序	描述样本结构及相对薄弱项
3	共同方法偏差诊断	程序控制为主，统计诊断为辅	评估同源测量的潜在影响
4	初步信度分析	分别计算三个分量表的 Cronbach's α	检验内部一致性
5	验证性因子分析	检查因子载荷、模型拟合并比较测量模型	验证三个构念的测量结构
6	组合信度与效度检验	CR、AVE、Fornell-Larcker 或 HTMT	检验聚合效度和区分效度
7	结构方程模型	估计 H1、H2 和 H3 的标准化路径系数	检验三个直接效应
8	中介效应检验	Bootstrap 置信区间检验间接效应	检验 H4 及作用机制

步骤	分析内容	主要方法	对应研究目的
9	补充差异分析（必要时）	独立样本 t 检验或单因素方差分析	比较不同群体评价差异

资料来源：根据本文研究问题、研究假设与数据分析方案整理。

5.研究设计总结与预期贡献

5.1 研究设计总结

本文围绕酒店品牌形象如何影响顾客忠诚度，完成了研究问题提出、核心概念界定、理论关系推导、研究假设构建和实证方案设计。研究将酒店品牌形象作为整体性构念，以顾客满意度为中介变量，以顾客忠诚度为结果变量，形成包含三条直接路径和一条中介路径的理论模型。研究设计同时安排描述性统计、测量模型检验、结构路径检验和中介效应检验，使四个研究问题能够分别由相应的统计方法进行回答。

5.2 预期理论贡献

第一，研究将酒店品牌形象作为整体性变量进行分析，强调顾客对品牌信息、服务表现、住宿体验和情感价值形成的综合判断，从而补充酒店品牌形象整体作用的情境化证据。第二，研究同时检验酒店品牌形象对顾客忠诚度的直接作用和经由顾客满意度产生的间接作用，有助于区分品牌总体印象的直接影响与满意度的转化机制。第三，研究将变量总体评价和题项表现纳入理论模型之外的辅助分析，使变量关系研究能够与管理问题识别形成衔接。

5.3 预期实践价值

后续实证结果可从多个层面支持酒店管理决策。总体评价和题项排序能够帮助酒店识别品牌传播、整体形象、入住体验和顾客关系中的相对薄弱项；直接路径系数能够判断品牌形象对满意度和忠诚度的影响强度；中介效应能够说明酒店是否需要通过提升实际入住满意度，将积极品牌印象进一步转化为重复入住和口碑推荐。管理建议将据此围绕品牌承诺一致性、服务流程优化、员工互动、在线评论回应、会员权益和个性化体验展开。

5.4 研究局限与后续安排

本文目前属于研究设计型成果，尚未完成正式问卷数据收集，因此不报告“结果表明”“假设得到支持”等未经检验的实证结论。后续研究将按照既定方案依次完成专家评审、预调查、正式调查和数据分析，并根据预调查结果进一步修订量表。便利抽样可能限制样本代表性，横截面问卷也难以完全识别因果关系；未来可在不同酒店类型、地区和消费群体中进行重复检验，并结合纵向数据、在线评论或实际复购记录提高研究结论的稳健性。

6.参考文献

[1]陈志军、徐飞雄（2021）。乡村民宿旅游地游客忠诚度影响因素及作用机制——基于 ABC 态度模型视角的实证分析。经济地理，41（5），232-240。

[2]戴其文、代嫣红、陈泽宇等人（2023）。民宿旅游者感知价值、满意度与忠诚度研究。地理与地理信息科学，39（4），138-144。

[3]江南、温佳颖（2020）。共享住宿主客关系变化的影响因素与顾客忠诚度研究。四川旅游学院学报，（6），28-32。

[4]梁天祺、陈小龙（2025）。基于在线评论文本分析的高星级亲子酒店服务质量评价体系构建与提升路径研究——以广州市为例。四川旅游学院学报，（2），30-36。

[5]马有明、李咪咪（2020）。基于旅游者视角的国家公园品牌形象测量模型研究。旅游论坛，13（4），9-19。

[6]缪章伟、陆诤岚（2021）。酒店顾客满意度评价体系研究——基于 Tripadvisor.cn 的杭州高星级酒店评论数据。旅游研究，13（1），73-84。

[7]辛璐琦、王兴元（2016）。旅游目的地品牌形象识别要素对游客行为意愿的影响机制研究——以品牌认同为中介。商业经济与管理，（10），88-97。

[8]吴文智、唐培（2022）。旅游体验质量对游客目的地忠诚的影响机制研究。安徽大学学报（哲学社会科学版），46（1），148-156。

[9]Akunja, L. (2020). Effects of brand image on customer loyalty in selected hotels in Nairobi, Kenya. East African Journal of Business and Economics, 2(1), 29-42.

[10]Assaker, G., O'Connor, P., & El-Haddad, R. (2020). Examining an integrated model of green image, perceived quality, satisfaction, trust, and loyalty in upscale hotels. Journal of Hospitality Marketing & Management, 29(8), 934-955.

[11]Çelikkol, Ş. (2020). Brand image and brand trust's effect on brand loyalty: A study in the hospitality industry. Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 8(4), 2478-2490.

[12]El-Adly, M. I. (2019). Modelling the relationship between hotel perceived value, customer satisfaction, and customer loyalty. Journal of Retailing and Consumer Services, 50, 322-332.

[13]Kandampully, J., Zhang, T., & Bilgihan, A. (2015). Customer loyalty: A review and future directions with a special focus on the hospitality industry. International Journal of Contemporary Hospitality Management, 27(3), 379-414.

[14]Lahap, J., Ramli, N. S., Said, N. M. et al. (2016). A study of brand image towards customer's satisfaction in the Malaysian hotel industry. Procedia-Social and Behavioral Sciences, 224, 149-157.

[15]Lai, I. K. W. (2019). Hotel image and reputation on building customer loyalty: An empirical study in Macau. Journal of Hospitality and Tourism Management, 38, 111-121.

[16]Sop, S. A., & Kozak, N. (2019). Effects of brand personality, self-congruity and functional congruity on hotel brand loyalty. Journal of Hospitality Marketing & Management, 28(8), 926-956.