

# 学生视角下区域国别人才培养路径研究

□ 黑龙江大学 郭清锐 姚思赞 邱妹

当前区域国别人才培养路径多由教育工作者提出,鲜有以学生视角进行研究。本文以黑龙江大学为例,在“四大办学战略”指导下从学生视角探究人才培养路径。旨在优化学科建设,为区域国别人才培养添砖加瓦,让人才培养满足国家和社会所需。

## 一、国别人才培养历程

我国区域国别研究可追溯到20世纪60年代国家战略部署,高等院校及政府部门相继成立研究机构。改革开放后,中国社会科学院设立七个区域性研究所及世界经济与政治研究所,形成覆盖全球主要板块的学科矩阵。新世纪以来我国综合国力和影响力持续增强,世界各国联系愈发紧密,区域国别研究人才培养的紧迫性愈发凸显。

2011年教育部启动区域国别研究培育专项,推动学科跨越式发展。2015年备案建设近400家国别区域研究中心,实现全球研究网络全覆盖。2022年教育部正式将区域国别学纳入交叉学科一级学科,此举回应国家战略与时代需求,也推动高等教育发展。历经三次发展,区域国别研究已步入正轨,人才培养成果显现。相较于专家视角研究国别人才培养,该专业学生主体视角下的人才培养路径也应得到重视。

## 二、人才培养优势与挑战

### (一)人才培养的优势

1.学科体系完备。我校覆盖11个学科门类,设置

86个本科专业及多个硕博学位点,为跨学科研究奠定基础。2.多语种特色显著。我校形成全国领先的俄语教学体系,建有英、日、朝等多个语种专业,为研究对象国奠定语言基础。3.区域研究积淀深厚。自1979年创建苏联问题研究所以来,经2016年整合组建教育部人文社科重点研究基地(俄罗斯研究院),至2019年自主设立“国别和区域研究”二级学科,形成俄罗斯与欧美环太两大研究板块。4.创新培养模式。实施“一带一”导师制与多语种协同研究机制,通过矩阵式研究团队实现语言优势整合,构建多维国际问题分析体系。

当前虽在对俄研究领域优势突出,但在多语种、多国别的研究上仍处于起步阶段。

### (二)人才培养的挑战

首要是理论与实践脱节。钱贻旦教授认为,区域国别学应具有“实践性”,学生也应深入当地社会。因此,区域国别学实践最好的方式是田野调查。只有深入的田野调查才能真正理解该国或该地,才能将所学和所用相结合。但目前我校在多国别研究人才培养中以在校授课为主,田野调查难以实施。

其次是教师队伍建设尚不完善。其一,区域国别学教师人数尚不足。相较于成熟的学科,该专业教师人数较少。其二,拥有其他学科背景的授课教师力量不足。师资多集中于外语学科,跨学科背景(如政治、

经济、社会等)教师匮乏,难以支撑国别研究所需的复合知识体系。因此,需要不同专业背景的教师实行联动。

再次是研究生生源亟待扩充。虽然我校在区域国别学领域的发展已处于全国高校前列,但因缺乏有效的宣传推广,致使研究生招生工作面临较大挑战,一志愿报考及调剂生源数量不足。

最后,学科课程体系有待完善。当前语言专业本科教学仍侧重语言技能训练,区域国别通识课程系统性缺失,致使学生知识储备难以支撑硕士阶段深度研究。本硕博培养链条衔接断层,影响人才梯次培养的系统性。

### 三、未来发展途径

#### (一)加强“走出去”,实现理论和实践相结合

一方面,立足国家战略对复合型国际人才的需求。另一方面,拓展海外田野调查资源。通过校际合作推动联合培养及学生互派,联动国家留学基金委设立专项计划,为学生构建跨国实践平台,强化跨文化研究能力,切实拓宽学术视野与实证研究深度。

#### (二)完善教师队伍建设

其一,扩充专任教师队伍。在人才战略指引下,吸引国内外优秀人才加入专任教师队伍。其二,加强跨学科教师合作。建立校内跨学科教师合作平台,打破学院和学科壁垒。充分利用我校综合类院校优势,让

不同学科教师共同商讨课程设置、教学内容和教学方法,鼓励跨学科教师共同授课。

#### (三)加大宣传力度,扩大研究生生源

其一,利用多种渠道进行招生宣传。在多媒体平台制作高质量宣传资料,详细介绍学校区域国别研究方向、师资力量、实践机会和就业前景等内容。在招生可到其他院校进行宣讲,以自身经历吸引同学报考。其二,加强与国内其他高校的合作,开展联合培养项目和学术交流活动,让潜在生源提前体验我校的学术氛围和研究环境。

#### (四)完善“本-硕”课程体系

构建分层递进的本硕课程体系,本科设置通识基础课程、语言文化课程和区域国别概况课程,硕士深化专业核心课程、开设研究方法和专题研讨课程,促进本硕阶段学习紧密衔接,提升人才培养的连贯性和系统性。

## 四、结语

本文从学生视角出发,以黑龙江大学为例,探究日前区域国别人才发展的现状与挑战,以求为该专业发展提供更多元的建议。让我校培养的国别人才既服务于地方,更服务于国家,不断为国家 and 地方的经济社会发展贡献更多智慧与力量。

课题:黑龙江大学2024年学生学理论课题项目,编号:202442。

# 军民融合与新质生产力发展的双向驱动模式研究

□ 河北工业职业技术大学 环境与化学工程学院 宋瑛 李文红 天津渤海职业技术学院环境与化工学院 郭立达

军民融合与新质生产力的双向驱动模式对国家战略安全与经济转型升级具有双重支撑价值,不仅有助于构建军地协同创新生态,还能通过优化资源配置降低社会总成本,实现经济效益与国防效益的动态平衡。在此逻辑下,通过剖析两者的互动关系构建双向驱动模式,为推动国防建设与经济发展良性互动提供有益参考。

在产业变革加速演进的背景下,军民融合已成为推动国家创新体系与国防现代化协同发展的核心战略。我国经济已进入高质量发展阶段,传统增长动能逐步减弱,亟需通过科技创新培育新质生产力。现代战争形态向智能化加速转型,对武器装备的自主可控能力与战斗力生成模式提出更高要求。在这一背景下探索军民融合与新质生产力发展的双向驱动模式具有重要意义。

## 一、军民融合与新质生产力的互动关系

### (一)军民融合对新质生产力的驱动逻辑

军民融合通过需求侧的高端牵引为新质生产力构建起技术试炼场,国防领域对武器装备效能的极限化要求,直接形成对材料科学与智能传感等前沿技术的逆向倒逼,迫使研发主体突破现有技术阈值。国家战略层面的制度设计为新质生产力搭建政策赋能平台,通过军民标准体系衔接、资质认证互通等机制

创新降低技术成果转化壁垒。

### (二)新质生产力对军民融合的赋能机制

新质生产力以技术底层架构的革新重塑军民融合的协同范式,工业互联网与数字孪生技术的深度渗透正在消解军民领域的数据孤岛,通过构建统一的数据交互协议与工艺仿真平台,使军工企业与民营企业能够基于虚拟镜像实现工艺参数的实时校准与质量追溯,设备综合利用率有效提升。人工智能算法的突破性进展催生出生军民智联新模式,其中强化学习技术既被应用于提升导弹末制导系统的动态决策能力,又被迁移至民用自动驾驶的复杂路况感知模块。

## 二、军民融合与新质生产力双向驱动模式构建路径

### (一)战略驱动引领模式,国家统筹的顶层设计

国家发展改革委员会作为统筹协调主体推动建立季度军民需求协同研判委员会,协同军工集团、民营企业及行业协会系统编制《军民融合技术攻关年度任务清单》。以新能源装备领域为例,军方基于野外作战场景提出分布式高机动能源系统需求,工信部随即组织宁德时代、航天科技集团等主体成立联合工作组,编制《军民两用储能技术发展路线图》,明确到2025年实现锂离子动力电池能量密度突破600Wh/kg的技术目标,并通过专项补贴机制引导企业研发投入。国家标准化管理委员会同步启动军民标准贯通工程,每年

遴选人工智能、无人系统等10个战略领域开展标准比对与融合。在智能图像识别领域,该委员会整合军用算法对实时响应与民用算法对识别精度的差异化要求发布《智能目标识别通用技术规范》,使军民企业技术对接适配成本降低并缩短产品认证周期。

### (二)创新驱动发展模式,主体协同的技术跃迁

科技部与军委装备发展部需要共建军民科技协同创新联合体,实行双负责人制,由军方技术专家与民营企业高管共同担任负责人,在量子通信、高超声速材料等前沿领域设立专项攻关计划。以量子通信为例,中国科学技术大学、国盾量子与某军工研究所共享3个国家重点实验室资源,通过“算法-器件-系统”三级协同研发,仅用2年时间将城量子密钥分发距离从100公里扩展到500公里,该技术成果同步应用于军用保密通信系统与银行金融数据加密场景,使单套技术体系的市场应用价值提升2.5倍。国家人社部实施国防科技人才双轨制流动计划,允许军工院所科研人员以柔性挂职形式参与民营企业技术研发,其人事关系、职称评定仍保留在原单位。某航天科技集团材料专家在宁德时代挂职期间,通过界面调控技术解决固态电池离子传输阻抗问题,使电池循环寿命突破3000次,该技术同时被应用于新一代载人飞船电源系统,实现军民技术同源与应用场景分离的协

同创新模式。

### (三)产业协同发展模式,全链整合的生态构建

军工集团可以推行核心层、配套层与协作层的三级产业分工体系,将部分非核心制造环节向民企开放,通过技术标准互认、质量体系兼容实现全产业链协同。在航空发动机领域,中国航发集团作为总承包商可以将高温叶片涂层、精密轴承等200余项配套任务分包至民营企业,建立数字化管理平台使整机研发周期缩短。军地联合搭建军地应用场景开放与民用技术供给的动态对接平台,军工单位每年释放100个以上实战化测试场景,民营企业可通过线上申报参与技术验证。

## 三、结语

军民融合与新质生产力的双向驱动本质是国家战略引领下的资源重组、技术协同与产业升级,通过战略驱动明确方向、创新驱动突破瓶颈以及产业驱动释放效能形成军事需求催生技术突破与民用产业反哺体系升级的螺旋上升格局,为国家安全与发展提供持续动力。

作者简介:宋瑛(1969.1-),女,汉族,河北深泽县人,教授,从事药物化学方面研究。

河北省军民融合发展研究课题:“军民融合与新质生产力发展的互动关系研究”已获准立项。

课题编号:HB24JMRH021。

# 从“茶颜观色”到“胖都来” 商业模仿中的知识产权侵权研究

□ 华东政法大学知识产权学院 张莹

## 一、“胖都来”开业引争议:模仿还是致敬?

近日,浙江海宁“胖都来”卖场高调开业,多位明星艺人为其录制祝福视频。然而该卖场因名称与河南知名零售卖场“胖东来”仅有一字之差迅速引发全网热议,支持评论认为学习优秀企业只要不违法都无可厚非,而反对者则质疑该卖场“碰瓷”“胖东来”的流量和品牌影响力。目前,“胖东来”已完成取证并向“胖都来”邮寄律师函要求整改,将通过法律手段积极维权,而“胖都来”方也公开回应称命名是结合了老板姓氏“都”和向胖东来学习的意愿,希望向优秀企业看齐。尽管舆论争议不断,但个体的看法和感受并不能说明“胖都来”是否侵权,该卖场是否需要改名,应依法审视。

回顾“茶颜观色”与“茶颜悦色”的多年缠斗,全盘复制的商业模仿构成法律明确禁止的知识产权侵权行为,2019年“茶颜观色”抢注商标后反向起诉原创品牌“茶颜悦色”,最终因恶意攀附败诉,并被判赔170万元。在该案中,“茶颜观色”利用相似的古典仕女图标志,诸如“幽兰红颜”与“幽兰拿铁”类似的产品名称,导致消费者误购率超30%,被法院认定为“主观恶意明显”,属于典型的混淆行为和不正当竞争。“胖都来”与“胖东来”案中,也需要从法律角度分析可能的行为定性与侵权类型。

## 二、“胖都来”商标模仿行为的知识产权侵权分析

(一)该标识使用行为侵害“胖东来”注册商标专用权

根据《商标法》第五十七条规定,未经商标注册人许可,在相同或近似的商品或服务上使用与注册商标相同或近似的标识,容易导致混淆的,构成商标侵权。首先,“胖都来”与“胖东来”仅一字之差,拼音首字母均为“PDL”,尽管“都”与“东”在字形上存在差异,但在南方方言中发音较为相似,整体构成视觉与听觉的高度相似性。其次,“胖都来”方在开业前已提交“胖都来”用于多类商品的商标注册申请,但目前均未获得注册,而“胖东来”方在本事件前已在多个与商超卖场业态相关的商品和服务类别上取得了包含“胖东来”文字的注册商标,“胖都来”的经营领域与之完全重合。再者,“胖东来”作为年销售额超170亿、以服务质量在全国闻名的零售行业标杆,其商标已经形成强识别性,消费者极易将“胖都来”认为是“胖东来”授权门店或关联品牌,导致混淆。

根据上述分析,“胖都来”方在卖场或者相关商品或服务上使用“胖都来”标识大概率构成对“胖东来”方注册商标的侵害,构成商标侵权,依法应当承担停止侵权、消除影响、赔偿损失等法律责任。

(二)将“胖都来”作为企业名称使用可能构成对“胖东来”的不正当竞争

根据《反不正当竞争法》第六条规定,经营者擅自使用他人有一定影响的企业名称(包括简称、字号等),引人误认为是他人商品或者与他人存在特定联

系的,构成不正当竞争。“胖东来”卖场门店虽然大部分布局在河南,但其因自身的商品服务品质已被全国范围内部分公众所熟知,具有较高的企业知名度和行业影响力,许昌市胖东来商贸集团有限公司作为“胖东来”注册商标的权利人以及商超的关联运营主体,其企业字号或简称“胖东来”可以作为《反不正当竞争法》第六条规定的有一定影响的企业名称而受到竞争法的保护。从本案案情来说,很难认为“胖都来”没有攀附“胖东来”苦心经营的高誉进行不正当竞争的故意,利用“胖东来”进行争议性营销来获得流量,从而谋取不正当竞争优势,故“胖都来”方该行为具有构成不正当竞争的高度可能性。

## 三、从“无序模仿”到“健康竞争”的侵权风险破局之道

商业模仿的合法性边界并非一成不变,在司法实践中,“善意借鉴”与“恶意攀附”往往存在微妙的灰色空间。从国内外案例中不难发现,市场良性竞争允许企业在合理范围内对非专有要素进行创新性模仿,甚至能催生超越原作的商业价值。

例如新能源汽车领域,比亚迪早期通过“逆向研发”吸收国际车企技术框架,但并未照搬外观设计或核心专利,而是在动力电池、混动系统等底层技术上投入研发,最终形成自主技术矩阵并反向输出专利授权。这种“模仿—消化—创新”的路径被德国《反不正

当竞争法》称为“合理模仿自由”,只要不系统性复制他人技术细节或商业标识,便属于市场健康的“鲶鱼效应”。再如“今日油条”案中,法院虽认定其商标对“今日头条”存在戏仿意图,但二者在行业属性、消费场景上差异显著,不会引发公众混淆,反而以幽默化表达激活了早餐行业的传播活力。

法律打击的重点从来不是模仿行为本身,而是“搭便车”式的寄生行为,当企业将模仿作为自身发展的跳板,在借鉴中融入自身差异化的创新,便能跳出知识产权侵权的泥潭,甚至反向推动行业的进一步发展。市场秩序规制的终极目标并非消灭模仿行为,而是让市场竞争行为回归到“比谁跑得更快”的本质。

## 四、结语

“胖都来”与“胖东来”的此次争议不仅涉及商标侵权纠纷和不正当竞争纠纷,还警醒企业创新与模仿之间的界限。司法实践以“混淆可能性”作为判断的标准,在抑制“搭便车”类的不正当竞争行为时也为商品和服务的更新迭代保留必要的空间,这种裁判理念实际上是将市场交还给企业,当法律为模仿行为设定明确的界限,市场竞者自然会将重心转向产品和服务的优化与商业模式的创新。“商业模仿”不应成为创新的障碍,当企业以提升产品和服务质量为立足点,尊重知识产权,从“蹭流量”转向“创价值”,市场才能真正摆脱“李逵与李鬼”的困境。