

地方性文化参与企业数字化转型的机制研究

——以两个县域民营制造企业的改革逻辑为例

杨雅岚, 刘昱璘, 沈立, 沈承

南京邮电大学社会与人口学院、社会工作学院, 江苏 南京

收稿日期: 2025年4月22日; 录用日期: 2025年5月8日; 发布日期: 2025年6月20日

摘要

县域经济作为国民经济的基本单元, 在城乡融合发展中扮演着关键角色。本研究基于人文经济学与结构化理论, 选取无锡市县域中小微民营企业为研究对象, 系统剖析地方性文化在企业数字化转型中的赋能机制。研究发现, “四千四万”精神等地方性文化资源通过塑造企业家精神、创新意识和团队协作能力, 为企业数字化转型提供了内生动力。通过构建“文化-技术互构模型”, 揭示了地方性文化基因与数字技术体系的双向建构机制: 数字技术重构文化实践场景, 将传统文化中的价值观念转化为数据驱动的决策逻辑; 文化认知框架则塑造技术应用范式, 为技术创新提供灵感来源。在此基础上, 进一步提出地方性文化通过“认知框架-数字惯习-制度体系-生态网络”的四级传导机制, 实现对企业数字化转型的全程赋能。研究不仅为破解县域经济“转型悖论”提供了理论框架, 还提出构建“电商生态共同体”等实践路径, 助力县域经济实现物质文明与精神文明协调发展的现代化目标。未来研究应进一步拓展地方性文化的差异化表达及其与数字技术的动态适配机制, 结合多地域实证分析构建更具普适性的转型模型。

关键词

企业数字化转型, 地方性文化, 人文经济学, 县域经济

Research on the Mechanism of Local Culture Participation in Corporate Digital Transformation

—A Case Study of Reform Logic in Two County-Level Private Manufacturing Enterprises

Yalan Yang, Yulin Liu, Li Shen, Cheng Shen

School of Sociology and Population Studies, School of Social Work, Nanjing University of Posts and Telecommunications, Nanjing Jiangsu

Received: Apr. 22nd, 2025; accepted: May 8th, 2025; published: Jun. 20th, 2025

文章引用: 杨雅岚, 刘昱璘, 沈立, 沈承. 地方性文化参与企业数字化转型的机制研究[J]. 电子商务评论, 2025, 14(6): 2026-2034. DOI: 10.12677/ec.2025.1461955

Abstract

As the fundamental unit of the national economy, county-level economies play a pivotal role in urban-rural integrated development. Grounded in humanistic economics and structuration theory, this study systematically investigates the enabling mechanisms of local culture in corporate digital transformation through an empirical analysis of small- and medium-sized private enterprises in Wuxi's county-level regions. The findings reveal that local cultural resources, exemplified by the "Siqian Siwan" spirit (Four Perseverances and Four Tenacities), provide endogenous momentum for corporate digital transformation by shaping entrepreneurial ethos, innovative consciousness, and team collaboration capabilities. By developing a "culture-technology co-evolution model", the study uncovers a bidirectional construction mechanism between local cultural genes and digital technology systems: digital technologies reconfigure cultural practice scenarios, transforming traditional cultural value systems into data-driven decision-making logic, while cultural cognitive frameworks shape technological application paradigms and provide inspiration for technological innovation. Furthermore, the research identifies a four-tier transmission mechanism—"cognitive framework-digital habitus-institutional system-ecological network"—through which local culture holistically empowers corporate digital transformation. The study not only constructs a theoretical framework to resolve the "transformation paradox" in county-level economies, but also proposes practical pathways such as building an "e-commerce ecosystem consortium" to help the county-level economy achieve the modernization goal of coordinated development of material and spiritual civilization. Future research should explore differentiated expressions of local culture and dynamic alignment mechanisms with digital technologies, while developing more universal transformation models through multi-regional empirical analyses.

Keywords

Corporate Digital Transformation, Local Culture, Humanistic Economics, County-Level Economy

Copyright © 2025 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

县域经济是我国国民经济的基本单元，是城乡统筹融合发展的纽带，是“以工补农、以城带乡”的接口与桥梁。《2024 中国县域经济高质量发展研究》显示，从 2013 年到 2023 年，全年地区生产总值超过 1000 亿元的“千亿县”，数量从 9 个增至 59 个，以全国 1.2% 的陆地总面积、4.5% 的常住人口，贡献了全国 7.6% 的 GDP、10% 以上的规上工业企业产值。这充分展现出县域经济的快速增长和巨大潜力。

然而，在电子商务浪潮与网络技术革命的叠加冲击下，传统县域企业的经营模式正经历着颠覆性挑战——线上交易的便捷性不断侵蚀着区域市场的天然壁垒，数字平台的虹吸效应正挤压着本地企业的生存空间，又因人才向平台经济加速流动而陷入人力资本持续流失的恶性循环，这种结构性冲击已使传统经营模式陷入生存空间多维收窄的困局，传统产业数字化转型迫在眉睫。

根据《中共中央关于进一步全面深化改革、推进中国式现代化的决定》，“中国式现代化是物质文明和精神文明相协调的现代化”、“文化很发达的地方，经济照样走在前面”。截至 2024 年，已有一大批学者从多个角度探讨了精神文化资源对产业经济发展的重要作用，研究层次囊括宏观、中观、微观，

研究对象涵盖民族传统文化、红色文化,还有多种职业精神(如工匠精神、企业家精神)等一系列文化资源。研究普遍表明,文化是经济发展的“助推器”,是促进区域发展的“内生性动力源”,有必要在中国式现代化的发展进程中探讨唤起地方文化活力、发挥文化驱动发展作用的体制机制。

因此,团队选择从文化角度切入,聚焦中国县域经济数字化转型的特殊语境。以 SH、HX 两家无锡市县域中小微民营企业(以下简称为“县域企业”)为观测样本,重点剖析其如何通过激活地方性文化资本实现组织身份转型:既在数字经济浪潮中完成文化基因的解码与重构,又借助文化势能构建差异化数字竞争力。研究着力揭示传统文化要素与现代数字技术双向建构的内在机理,探索植根本土文化脉络的企业数字化转型路径生成机制,为破解县域经济“转型悖论”提供兼具理论深度与实践效度的战略框架。本文研究思路如图 1 所示。

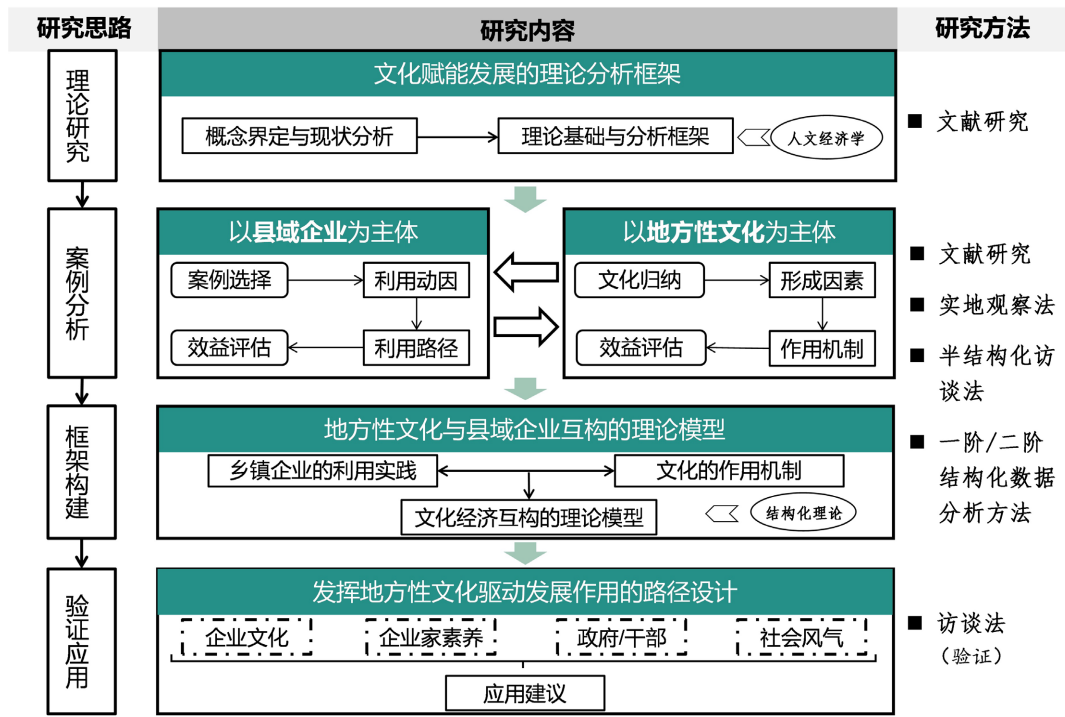


Figure 1. Research idea diagram
图 1. 研究思路图

2. 概念界定

2.1. 县域中小微企业

县域经济是学术界的长期议题,但如何界定县域经济、如何界定县域中小微企业,在当前发展形势下并无统一方案。

县域中小微企业的前身是乡镇企业。依据《乡镇企业法》(1996)第二条:乡镇企业是农村集体经济组织或者农民投资为主,在乡镇(包括所辖村)举办的承担支援农业义务的各类企业。即,从投资主体、地理位置、责任义务三方面对乡镇企业进行界定。然而随着县域企业的发展道路的进一步分化,上述标准是否适用已成为问题。进入新时代以来,学界一方面认识到作为改革浪潮的乡镇企业已经消亡,相关研究普遍以历史和机制分析为主,重在借此为解决当下三农问题补充经验[1]。

参考上述资料文献,本文所指的县域中小微企业是位于城乡交接地区,从事工业与轻工业生产,处

于乡村振兴战略进程中的中小微企业。

2.2. 地方性文化

地方性文化的概念脱胎于对地方性知识(local knowledge)的本土化研究。吉尔兹是对地方性知识研究贡献最大的学者之一,在对法律文化的研究中,他提出“地方性是一种具有本体地位的知识,即来自当地文化的自然而然的東西,固有的東西”[2]。地方性知识具有田野的而非理论的、流变的而非固定的、以人为本的且与生产活动密切相关的等诸多特征。

地方性文化是将地方性知识引入国内学界的成果之一,是地方性知识与乡土文化的结合[3]。费孝通指出,中国社会的基层是乡土性的。参考文献资料,在中国本土情境下,地方性文化指代的是发源于基层生产劳动实践,与民风民俗、传统伦理道德紧密结合的价值观、思维方式、生活方式和文明素质的总和。

3. 理论基础

3.1. 企业数字化转型

企业数字化转型研究历经从技术赋能到战略重构的范式演进。早期研究聚焦技术应用, Matt Calkins 在《数字化转型需要颠覆性思维》中指出,数字化转型本质是“通过数字技术实现商业模式与运营体系的重构”[4]。随着实践深化, Westerman 等在《数字革命:引领企业转型》中提出数字成熟度模型,强调领导力与组织文化对转型的关键作用[5]。中国工程院郭重庆院士基于制造业案例研究发现,组织惯性是阻碍转型的主要障碍,需通过“技术-制度-文化”协同创新实现突破[6]。可见企业文化在企业数字化转型进程中承担较为重要的作用。

3.2. 人文经济学与结构化理论的结合应用

在当前中国式现代化进程中,人文经济学与结构化理论的结合,既是对西方社会科学理论的本土化改造,也是构建中国特色经济分析范式的重要突破。这一融合以吉登斯(Anthony Giddens)的“结构二重性”为方法论基础,以人文经济学的“行动人”假设为价值导向,形成了能够解析中国县域经济复杂性的创新框架。

结构化理论通过“规则-资源”系统揭示社会结构的动态再生产机制[7],而人文经济学则以段进军提出的“文化优先性”为核心[8],强调经济行为嵌入于特定的文化价值网络。二者的结合打破了传统经济学“个体-结构”的割裂:

本体论层面:吉登斯“结构既是媒介也是结果”的辩证逻辑,与人文经济学主张的“文化既是经济约束也是创新资源”[9]形成共振。例如在县域企业研究中,地方性文化既通过非正式规则(如宗族信用伦理)约束企业融资选择,又通过文化资本(如地域品牌价值)赋能产品创新。

认识论层面:结构化理论的“实践意识”概念与人文经济学的“主体能动性”研究相衔接。基于戴维·莫利在其著作《电视、受众与文化研究》提出的“文化解码”机制[10],我们发现,县域企业家在数字化转型中并非被动接受技术冲击,而是通过日常实践对地方文化进行创造性转化——既可能陷入路径依赖(如固守熟人交易模式),也可能激活文化基因(如将传统工匠精神注入智能制造)。

在本研究中,结构化理论具有显著的适用性。通过借助结构化理论,我们能够有效地整合“在场”与“不在场”的情景,揭示出不同情境下社会结构与个体行动之间的动态关系。同时,依托结构化理论中的“结构”(即“规则”和“资源”)概念,我们可以深入挖掘地方性文化与县域中小微企业之间的互动过程。这种互动不仅受到文化方面的单向影响,也通过行为主体的实践得到再生产,从而形成了独特的

社会现象和经济模式。因此，结构化理论为我们提供了一个全面、深入的分析框架，有助于挖掘地方性文化与中小微企业之间复杂而微妙的互动关系。

4. 县域民营企业的地方性文化资源利用实践

案例实践表明，地方性文化在企业数字化转型中具有激活、聚能的使动作用。

在激活层面，文化赋能是指以“四千四万”精神为代表的地方性文化驱动乡镇企业突破发展困境，并实现转型提质的过程。在无锡乡企的发展过程中，地方性文化表现出显著的促进作用。根据案例调查，是否利用好这些地方性文化资源，对企业能否进一步发展具有重要作用。在企业数字化转型中，地方性文化通过塑造企业家精神、创新意识和团队协作能力，为企业提供了强大的内生动力。

在聚能层面，随着“四千四万”精神的完全形成，其宣传力度逐渐加强，并伴随乡镇企业显著的实际生产成果与人民群众对富裕生活的渴望，逐步在无锡县域内实现了对这一价值观及其隐含的行为方法论的大规模认同。在企业数字化转型中，地方性文化通过塑造县域的空间价值准则，凝聚了大量行为个体的发展意志，实现了对企业发展的赋能。

在此赋能趋势下，披荆斩棘、敢为人先的创业模范与大众创业的氛围激励着无锡县涌现出一批又一批来自乡土的“草根创业者”，并推动着乡镇企业在困局中发展壮大。地方性文化通过影响文化生态系统，凝聚了这一空间内大量行为个体的发展意志，实现了对企业数字化转型的赋能。

4.1. 入局：文化激活转型内生动力

传统县域经济的竞争优势往往建立在区域市场的空间壁垒之上——地理距离形成的运输成本、本地化供销网络构筑的渠道护城河，以及基于地缘文化建立的客户黏性，共同构成天然的市场保护机制。然而，电子商务的迅猛发展正在系统性瓦解这一传统防御体系。头部电商平台凭借算法推荐、物流网络与支付系统的三重赋能，使跨区域商品流通效率发生质变：据无锡玉祁街道 HX 彩印厂厂长所述，其原本依赖供销员开拓、维持的区域市场，在拼多多、抖音等电商平台冲击下，近三年线下订单量年均递减超过半成。这种冲击不仅体现在市场份额的流失，更动摇了传统商业文明赖以生存的文化根基。原本“踏遍千山万水”构建的供销员——客户人际信任纽带，正在被平台算法构建的“数字信用分”所替代。当区域市场从“熟人社会”演变为“算法社会”，县域企业不仅要应对效率维度的竞争，更面临文化认同层面的深层挑战——如何在数字空间重建具有无锡特质的商业伦理体系，已成为守住市场阵地的关键命题。

无锡县域强调四大锡商精神：传统锡商精神、改革开放精神、四千四万精神和四敢精神，以“百年工商、开放之先、奋楫者先、阔步之先”四大精神内涵构成锡商精神谱系。上世纪七十年代，无锡当地职工与农民同时陷于缺少市场的困境，急需出门“找市场”。秉持着“出路出路，出去才有路”的观念，上万名供销员每天行百里、挤火车、立车厢、闯内蒙、谈单子、办钢厂，救企业于危亡之际。正是无锡企业家通过不断的改革创新、善于经营、勇于探险的精神，才创造了“乡镇企业，异军突起”的奇迹。后来，其敢创人先、坚韧刚毅、崇德厚生、实业报国的精神被凝练为“踏尽千山万水、吃尽千辛万苦、说尽千言万语、历尽千难万险”的“四千四万”精神，并在中央政策的引导下发展为“四敢精神”。自进入 21 世纪以来，由于企业竞争增大和产业可替代率高等原因，玉祁 HX 彩印厂已经陷入发展窘境。因此，企业创始人与员工行动都具有鲜明的进取性特征，相关实践活动紧紧围绕“谋生存”与“谋发展”两大核心目标展开。无锡民营企业发展初期形成的“四千四万”精神，在数字化转型中转化为主动探索数字技术的文化内核。玉祁 HX 彩印厂依托传统供销网络积累的市场敏感度，尝试将线下渠道资源与电商平台结合，通过社群营销等数字化手段拓展市场，延续“主动出击”的文化特质。同时，借鉴早期物质激励与精神激励结合的经验，HX 彩印厂通过内部培训体系重塑，将“四千四万”精神融入数字化人才培养实施，

激励员工参与系统优化，形成“敢试错、重实践”的转型氛围，将文化认同转化为数字化学习动力。

4.2. 破局：韧性文化聚能数字化攻坚

传统“顺势而为”智慧在数字化转型中演化为渐进式技术适配策略。SH 电气有限公司采用“小步快跑”模式，尝试在质检环节引入 AI 视觉检测，通过局部数字化验证技术可行性，既降低试错成本，又延续“以柔克刚”的文化韧性。同时，依托乡土社会形成的信任网络，部分企业着手构建“数字帮扶共同体”。如惠山区汽配产业集群内企业共享云端采购平台，通过数据联通降低供应链数字化成本，以“共担风险、共享成果”的文化传统破解中小企业单兵作战困境。依托具体劳动实践，四大锡商精神构成鲜明的精神文化脉络，深刻影响了当地创业者、劳动者的“话语意识”，是影响明显的地方性文化之一。在企业数字化转型的背景下，锡商精神中的创新意识、冒险精神和务实态度，可以为企业提供强大的文化动力，帮助企业在技术变革和市场竞争中保持韧性与活力。

4.3. 胜局：文化创新驱动数字生态构建

SH 电气有限公司为突破数字化转型困境建立了“SH 精神学习馆”。通过编写创始人创业历程史将地方文化符号注入数字化传播，以 VR 方式呈现在员工面前，并将 VR 设备放置于企业历史馆(同时也为员工休息室内)，以娱乐形式将使隐性知识显性化，实现“四千四万”精神中“实践智慧”的数字化传承。此外，SH 电气有限公司还通过短视频平台打造“SH 新四千四万”IP(走遍数字生态、链接千端场景、攻克技术难关、创造万种可能)，以文化叙事增强品牌辨识度，实现传统文化资源与现代数字经济价值共振。SH 电气有限公司管理层也在探索数字化管理变革。推行“项目制 + 数字考核”，通过实时数据看板实现绩效透明化，激发组织敏捷性。

5. 地方性文化参与企业数字化转型的机制

5.1. 文化 - 技术互构机制：数字化转型的双向驱动模型

基于对地方性文化和案例企业分别的研究，团队在人文经济学和结构化理论的指导下，以县域为生态空间，将文化与企业的互相作用机制结合，构建出如图 2 所示的“文化 - 技术互构模型”。该模型揭示县域企业数字化转型中，地方性文化基因与数字技术体系通过动态互构形成创新合力的作用机制。

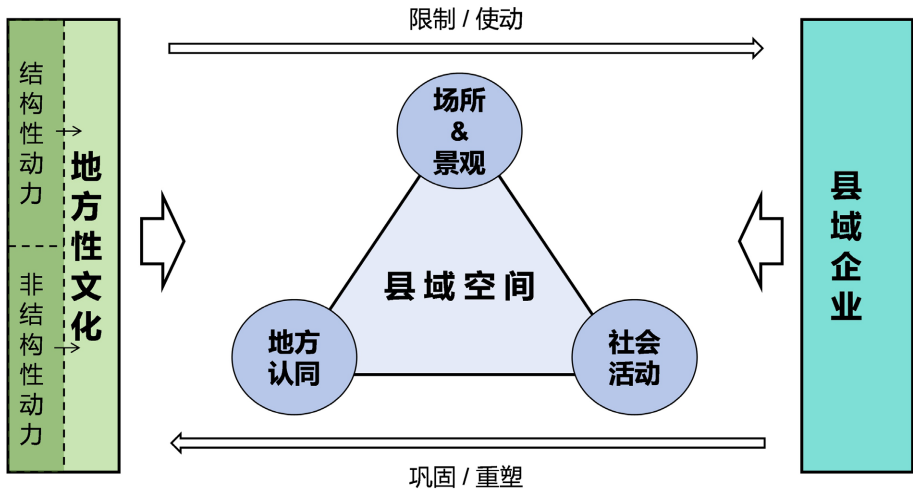


Figure 2. Culture-technology interconstruction model
图 2. 文化 - 技术互构模型

结构化理论强调社会结构与个体行动间的动态互动,其中话语意识与实践意识在场与不在场的交织,共同构成了个体行动与社会结构的双向塑造过程。社会结构层面的文化包括“在场”情景与“不在场”情景。前者是行为主体在人际关系、地区氛围等关注性互动中直接接触的共塑文化,后者则是行为主体与以工商传统、进取精神、“四千四万”精神为代表的“不在场”文化产生的非关注性互动。在数字化场域中,“在场”情境延伸至数字空间互动(如云端协作、虚拟社群),“不在场”文化要素则通过算法推荐、数字孪生等技术实现跨时空渗透。

而以县域企业创始人为代表的行为主体在此框架中表现出“实践”与“话语”两种意识。话语意识,作为个体通过语言、符号等进行交流的意识层面,反映了社会结构和文化对个体认知的深刻影响;而实践意识,则体现在个体的实际行动中,既受到话语意识的引导,又通过行动巩固或重塑社会结构。在吉登斯看来,在通常情况下,人们的行动动机既非是“有意识”的,也非“无意识”的,而是以“实践意识”形式存在的[11]。同一过程中,在场情境下的直接参与与不在场情境下的间接影响相互交织,共同作用于社会结构的动态演变。

模型显示:1) 数字技术重构文化实践场景,将传统“四千四万”精神转化为数据驱动的决策逻辑;2) 文化认知框架塑造技术应用范式,如将“踏遍千山万水”经验转化为数字拓客算法;3) 企业家实践意识在虚实融合空间形成新型数字惯习,其数字决策既受文化认知约束又重塑文化表达形态。这种双向建构形成“数字技术赋能文化传承-文化基因引导技术演化”的持续迭代循环。

5.2. 基于模型的企业高质量发展探究

基于理论模型,团队对两家案例企业在不同阶段的发展表现进行进一步探究,以求为促进县域企业的高质量发展提供可学习可复制的发展经验。围绕县域企业的具体经验,团队将案例企业在“入局-破局-胜局”三个主要阶段内,根据调研资料归纳出的“进取-坚韧-创新”的困境应对模式,与地方性文化在三个阶段分别对行为主体、空间系统规则以及企业文化生态的赋能相结合,构建出如图3所示的数字化转型赋能框架。该框架揭示地方性文化通过“主体激活-文化赋能-空间再造”三重路径,驱动企业实现数字化能力跃迁的过程机制,其作用效能经两家典型企业历时性发展验证。

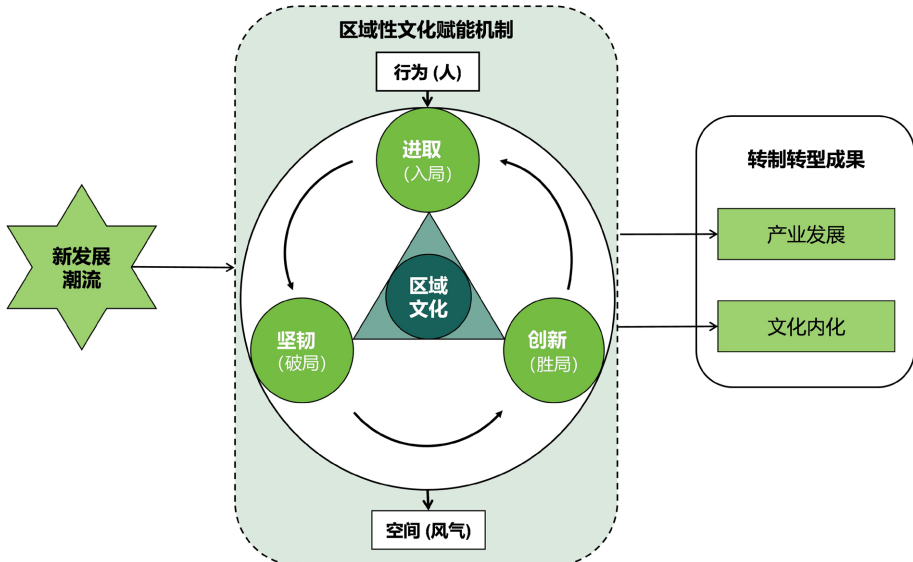


Figure 3. Empowerment framework for corporate digital transformation mediated by local cultural dynamics
图3. 地方性文化作用下企业数字化转型赋能框架

地方性文化赋能机制是转型转制情境下，这一综合发展框架的核心。根据人文经济学视角下的“行动-规则-空间”理论，文化生态系统具有动态性，处于不断演化的过程中。人的行动和行动协调成了自发的经济秩序和基于自发秩序的文化生态系统，宏观的自发秩序和文化生态又处于不断的演变之中，它们相互影响、相互作用、良性互动；同时，自发秩序和文化生态又会反作用于人的行动。人生活在一种自发秩序和社会文化生态的结构中，社会文化生态结构会深刻地影响着人的行动和行动的协调。

研究揭示：地方性文化通过“认知框架-数字惯习-制度体系-生态网络”的四级传导机制，实现对企业数字化转型的全程赋能。其作用路径表现为：传统文化基因经数字技术转译形成新型数字文化资本，通过主体实践嵌入数字生态系统，最终形成具有文化特质的数字创新能力。这种机制不仅解释文化资源参与数字化转型的内在逻辑，更为县域企业构建文化导向型数字转型模式提供理论支撑。

6. 地方性文化参与企业数字化转型的建议

6.1. 深度挖掘与系统化利用地方性文化资源

在电子商务与数字经济深度融合的背景下，县域企业数字化转型不仅是技术升级的必然选择，更是文化赋能的重要契机。企业应深度挖掘地方性文化资源，利用数字技术进行系统化转化与创新。通过专业团队梳理乡土文化、地方精神、传统技艺和历史遗迹等资源，将其分类为精神、物质和社会文化资源，并借助虚拟现实(VR)、增强现实(AR)、数字孪生等技术，转化为可交互、可传播的数字文化产品。同时，结合现代设计理念与市场需求，对地方性文化进行创新性开发，使其在数字化场景中更具吸引力和竞争力。

6.2. 构建文化-技术互构的数字化转型框架

企业还应将地方性文化基因与数字技术体系深度融合，构建“文化-技术互构模型”。通过数字技术重构文化实践场景，将传统文化中的价值观念和行为模式转化为数据驱动的决策逻辑；利用文化认知框架塑造技术应用范式，将地方性文化中的智慧转化为技术创新的灵感来源。在此基础上，建立技术赋能与文化遗产的动态循环机制，通过数字技术赋能文化遗产，优化文化遗产策略，同时以文化遗产为基础推动技术的持续演化，形成良性循环。

6.3. 强化文化赋能的企业数字化生态建设

以地方性文化为纽带，构建电商生态共同体，通过共享数字平台、数据资源与技术经验，促进企业间的协同发展。将地方性文化融入企业品牌建设，通过文化叙事增强品牌辨识度与用户粘性，利用短视频平台、社交媒体等数字渠道，打造具有地方文化特色的品牌IP，实现传统文化资源与现代数字经济价值的共振。同时，企业应将地方性文化中的价值观和行为规范融入企业治理模式，构建以文化为导向的企业治理结构。例如，引入“四千四万”精神中的坚韧不拔、敢为人先等文化基因，优化企业决策机制和激励机制，提升企业的组织韧性与创新能力。通过文化赋能推动企业组织变革，建立适应数字化转型的组织架构和流程，结合地方性文化资源开展针对性的人才培养计划，将文化遗产与技术培训相结合，提升员工的文化素养与数字技能。

7. 结语

在数字经济与电子商务深度融合的背景下，本文基于人文经济学与结构化理论，系统剖析地方性文化与企业数字化转型的内在逻辑及作用机制。以无锡市县域中小微民营企业为研究对象，研究发现地方性文化具有双重属性：既作为数字化转型升级的文化资源，又通过“技术-文化”双向互构机制转化为

内生动力。其作用路径表现为地方性文化基因的解码(如工匠精神、地域商帮网络)与数字技术赋能的再编码过程,推动企业构建兼具文化特质与数字能力的竞争力体系。这种文化导向型转型模式,有效破解了县域经济中技术工具理性与文化价值理性失衡的“转型悖论”,为城乡融合发展提供了理论框架。基于案例研究,本文提出“电商生态共同体”实践路径,通过共享数字平台、数据资源与技术经验实现文化资本向数字资本的协同转化。未来研究需进一步拓展地方性文化的差异化表达及其与数字技术的动态适配机制,结合多地域实证分析构建普适性转型模型,助力县域经济实现物质文明与精神文明协调发展的现代化目标。

参考文献

- [1] 郑有贵. 农民参与视角的乡镇企业组织制度变迁[J]. 宁夏社会科学, 2022(2): 79-88.
- [2] 吴彤. 两种“地方性知识”——兼评吉尔兹和劳斯的观点[J]. 自然辩证法研究, 2007(11): 87-94.
- [3] 黄文记. 地方性知识驱动乡村文化振兴: 历史逻辑、价值共生与体系重构[J]. 西南民族大学学报(人文社会科学版), 2023, 44(11): 186-193.
- [4] Calkins, M. (2017) Digital Transformation Requires Disruptive Thinking. *Harvard Business Review*.
- [5] 韦斯特曼, 博内, 麦卡菲. 数字革命: 引领企业转型[M]. 王冬萍, 译. 北京: 中信出版社, 2015.
- [6] 郭重庆. 制造业数字化转型中的组织惯性及其突破——基于技术-制度-文化协同创新视角[J]. 管理世界, 2018(5): 161-172.
- [7] 吉登斯, A. 社会的构成: 结构化理论纲要[M]. 李康, 李猛, 译. 北京: 中国人民大学出版社, 2016.
- [8] 段进军. “行动-规则-空间”视角下人文经济学理论与实践思考[J]. 苏州大学学报(哲学社会科学版), 2024, 45(3): 9-18.
- [9] 任平, 李扬, 战绍磊, 等. 人文经济学: 高质量发展的人文密码(笔谈) [J]. 探索与争鸣, 2023(9): 144-158+180.
- [10] Morley, D. (2002) *Television, Audiences and Cultural Studies*. Routledge.
- [11] 谢立中. 主体性、实践意识、结构化: 吉登斯“结构化”理论再审视[J]. 学海, 2019(4): 40-48.