

# 促进绿色消费 赋能新质生产力发展

□罗铭杰

绿色消费是消费主体在消费活动全过程贯彻绿色低碳理念的消费行为。当前,日渐完备的绿色消费政策与方兴未艾的绿色低碳产业分别是绿色消费赋能新质生产力的现实基础与体现,但同时,绿色消费理念的不牢固与绿色消费市场的不健全,也构成绿色消费赋能新质生产力的现实梗阻。

为了充分激发绿色消费提升全要素生产率的力量,从而加快形成新质生产力,当前应当针对绿色消费赋能新质生产力的现实制约,进一步谋划绿色消费赋能新质生产力的推进路径。

## 厚植绿色消费的价值理念,唤起实践主体自觉发展新质生产力

厚植主体绿色消费的价值理念,是激发绿色消费赋能新质生产力的重要推进路径。其内在机理体现在:生产者本身也是消费者,那么在社会层面上厚植了绿色消费的价值理念,生产领域的一线人员,尤其是生产经营者会自觉以绿色消费的价值预设开展与管理生产活动。一方面,绿色消费鲜明彰显着人与自然和谐共生的价值旨归,这推动生产管理者优先将生态因素视为生产过程的内生要素,既倡导强化员工的绿色意识,又积极把减污降碳、多污染物协同减排、新污染物治理等绿色诉求作为生产方面的技术投入,从而加快在生产领域中形成绿色环保的新质生产力。另一方面,绿色消费体现发展为了人民的价值立场,如果生产者深刻认同绿色消费,他们会将消费者的需求提升至企业战略的高度,实现需求导向与生产实践的融合。在新时代,满足美好生活需要成为人们消费的主要导向,而要适应人们消费需要的时代变化,在生产环节上必须发展新质生产力。显然,秉持绿色消费理念的生产经营者将自觉担当起发展新质生产力的实践使命。

为加快形成新质生产力,当前需要思考厚植绿色消费理念的实践路径。一般而言,意识观念的生成与巩固要经历“感性形成—理性跃升—价值转化”阶段,故厚植绿色消费的价值理念有三个步骤:首先,感性形成需要媒体力量。随着移动终端的普及与新媒体技术的发展,当前媒体传播的渗透力、感染力与号召力显现,尤其其他特有的多元视觉机制会对信息内容加工、渲染。据此,利用媒体力量传播绿色消费可将绿色消费的

## 针对绿色消费赋能新质生产力的现实制约,进一步谋划绿色消费赋能新质生产力推进路径:

**厚植绿色消费的价值理念,开展绿色消费教育;壮大绿色消费的市场力量,回应当前绿色消费市场所存在的问题;推动绿色消费的数字建设,激活数据要素**

信息内容形象化、直观化、生动化,从而引起受众的情感共鸣,激发人们形成绿色消费理念。其次,理性跃升需要政府引领。政府是宣传推广绿色消费理念的主导力量,应致力于普及绿色消费的政策与践行形式,从而促使人们从媒介中获得的绿色消费感性认识上升为治国理政高度的理性认知。最后,价值转化需要教育发力。在意识发展进程中,只有澄明事物的彻底性即其根本,方能说服主体,将事物转化为他们的价值理念,而教育正是澄明问题的重要手段。对此,开展绿色消费教育,既从知识性上讲解绿色消费的规范,也从意义上道明绿色消费的要义,从而使绿色消费的导向转化成人人们对理想生活的践行。

## 壮大绿色消费的市场力量,驱动绿色市场有力支撑新质生产力

培育壮大绿色消费的市场力量,是激发绿色消费赋能新质生产力的又一推进路径。表面上看,绿色消费市场是通过形成绿色消费需求促进新质生产力的形成,事实上其背后还隐含了独特的机理——绿色消费市场在促进新质生产力方面有着自身的市场逻辑。虽然市场是生产力发展到一定阶段后由于社会分工的出现而形成的关于商品交换的独特场所,是生产力发展的产物,但市场一旦形成便具有了相对稳定性。它的稳定性来源于其内部的商品体系,因而为了维持其稳定,市场会推动生产力发展,以完善与丰富其内部的商品体系。以此来看,绿色消费市场早期表现为由一些具有普通环保属性的产品构成,但它自身的市场属性将进一步要求社会生产力的布局围绕诸如绿色制造业、绿色服务业、绿色能源产业、绿色低碳产业等绿色产业链深入展开,而上述绿色产业链正是孵化以及培育新质生产力的重要载体。所以,绿色消费市场是新质生产力的“绿色底座”,巩固壮大绿色消费市场,将成为形成新质生产力的有力支撑。

当前绿色消费市场仍然相对稚嫩,故壮大绿色消费市场的对策应回应当前绿色消费市场所存在的问题。一方面,发挥科技创新对绿色

产品价格的调节作用。绿色产品价格高是影响绿色消费市场发展的重要因素。众所周知,单位时间内产量增大会使产品价格相应降低,因而通过科技创新颠覆生产工艺,并将整合生产资源,能够提高产能,将产品价格调整至可接受范围,而且面向绿色低碳与人工智能的原创性科技创新能智慧赋能绿色产品,提升产品体验感,激发消费需求,由此增加绿色消费市场的热度。上述以科技创新引领产业链的生产变革过程显然是新质生产力的形成过程。另一方面,增强配套产业对绿色消费市场的支撑作用。绿色消费的配套产品(服务)是绿色消费市场的重要组成部分。所以,壮大绿色消费市场应将发展绿色消费的配套产业考虑在内,尤其是推动配套产业从城市向农村与从一线、二线城市向三线、四线城市的下沉发展,这不仅有助于破解绿色消费的推广难题,更能通过提高绿色消费市场的辐射力扩大绿色消费市场的规模,延展绿色消费市场的广度。当然,下沉地区传统产业在向高端、智能、绿色转型的过程中,将孕育新质生产力。

## 推动绿色消费的数字建设,激活数据要素,促发展形成新质生产力

上述两点是通过破解绿色消费的制约因素推进绿色消费赋能新质生产力,但发展绿色消费不止于以克服掣肘难题为切入点,绿色消费的数字建设也是重要方向,而且这一举措更将加快新质生产力的形成。绿色消费的数字建设是指数字技术融入绿色消费的全领域、全过程。数字技术高度依赖于现代信息网络的深度互联,使各种在现代信息网络中可采集、传输、加工、存储和应用的数据成为数字技术的核心要素。在数字技术的支撑下,精准识别与实时追踪绿色消费的行为数据将成为常态,让进一步研判绿色消费的发展趋势成为现实,从而有助于监测人们消费生活与保护环境之间的偏差与契合情况,推动消费经济与环境保护共同提升。同时,数字技术对数据的不断编辑、转换与整合,将为绿色消费打造多元化的消费场景,例如数字云游、直播看房、线上二手交易等,从而增

强绿色消费的关注度,促进绿色消费的倡导推广。在数字经济时代,数据要素是重要的生产力。因此,通过不断运用数据要素来丰富消费体验与创新消费场景的绿色消费数字建设,实质上是在促成形成新质生产力。

鉴于此,当前积极推动绿色消费的数字建设可以从两条路径着手。其一,提高绿色消费数字建设的基础能力。一方面,数字赋能绿色消费产业。产业是供应链的基础,产业供给端的数字化水平能体现出与之对应的产品的数字消费潜力,因而应推动与绿色消费相关的产业数字化转型,尤其是针对相对低端的绿色产品供应链进行数字升级,以促进产业提质增效。另一方面,建立绿色消费信息平台。数据信息的处理与运用是数字建设的基础,因而应探索搭建全国统一的绿色消费信息平台,并且通过运用高端芯片技术优化算力,充分释放绿色消费信息平台的数据生产力,以进一步科学评价不同地区与领域的绿色消费水平及其发展变化情况,因地制宜发布绿色低碳产品清单和购买指南。其二,增强绿色消费数字建设的技术应用。这体现在消费端与销售端两个方面。从消费端而言,应重视数字产品标签技术的创新研发,让消费者可以通过移动端判断产品是否为绿色产品以及查看产品的绿色足迹,从而“刷出”绿色消费的存在感;从销售端而言,应加强对大数据、云计算技术的深入研发,使之形成智能生产力,帮助销售商精确追踪、捕捉消费者的绿色消费行为,并借此及时为消费者生成个性化消费报告,提高消费者绿色消费的体验感与收获感。

绿色消费作为推动经济发展方式转型的重要力量,通过需求端的牵引和理念层面的引导,为新质生产力的形成与发展提供了持续而有效的赋能作用。从其内在逻辑看,绿色消费不仅源于人们对与自然和谐共生的价值追求,更作为观念性消费力发挥着引领作用,促进生产力体系向绿色化、智能化跃升。当前,我国已初步形成绿色消费政策支持与市场实践双向发力的良好局面,绿色消费正逐步成为培育新质生产力的关键动力源。面向未来,应进一步巩固与完善绿色消费的社会基础,使其更好融入新质生产力的培育之中,从而夯实新质生产力发展的绿色基底,为全面推进经济社会高质量发展提供支撑。

(作者单位:南方医科大学马克思主义学院)

(原载《河北经贸大学学报》2025年第6期)

□袁文娟 张滢 贾悦

当前,京津冀协同发展持续深化,雄安新区建设如火如荼,河北正迎来千载难逢的历史机遇。河北要实现高质量发展,推动创新突破,核心在于人才。高校作为创新人才的汇聚地和科技攻关的主力军,其活力直接关乎区域发展的未来。然而,对标京津,我省高校在吸引、留住、用好顶尖科研人才方面仍面临严峻挑战。其中,薪酬激励制度的灵活性不足、精准性欠缺、导向性偏差,已成为制约创新潜能释放的突出短板。深化改革,构建更具竞争力与激励性的薪酬体系,是破解人才困局、激活创新源头的关键一招。

## 直面现实,剖析三大深层矛盾

政策趋同与特色需求的矛盾。河北省高校在制定薪酬激励政策时,普遍存在同质化的现象,未能充分运用已有的分配自主权。高校应该依据各自的办学定位、学科特色、发展层级及所处地域的竞争环境,制定差异化的激励方案。例如,一所服务地方产业升级的应用技术型高校,其薪酬激励若不能向科技成果转化、横向技术服务等环节大幅倾斜,则难以形成独特的人才吸引力。这种“千校一面”的局面,导致激励措施与高校发展战略脱节,削弱了政策的针对性与实效性。

流程迟滞和时效激励的矛盾。绩效工资审批、核定和发放流程繁琐,周期较长,导致激励存在明显的滞后性,如当前的产出成果,明年乃至后年才能兑现奖励。这种因流程造成的激励延迟,极大地削弱了奖励的及时性与激励效果,无法对科研人员的阶段性突破或重大进展给予快速、正向的反馈,特别是在技术迭代迅速的领域,迟到的激励往往意味着效能的衰减。

评价偏差与价值打造的矛盾。许多高校现行的科研绩效考核体系,存在重数量、轻质量的现象,过度依赖论文数量、项目经费等易于量化的指标,而对成果的质量、原创性、实际影响力、技术突破价值、经济社会效益等关注不足。这种导向容易诱发学术上的短视行为,不利于鼓励科研人员投身需要“十年磨一剑”的基础研究或高风险、高价值的“卡脖子”技术攻关,也使薪酬分配未能完全精准对接真正的创新价值。

## 系统重构,构建三级联动新格局

破解上述矛盾,必须进行系统性、协同性改革,构建省级层面优化环境,高校层面主动作为、内部治理协同高效的三级联动新格局。

省级层面要着力“放管服”改革协同。人社、财政、教育等部门需协同深化体制改革。核心是“放”,下放权力,探索高校绩效总量备案制或区间内预发制,赋予高校更大分配空间;重点是“服”,可牵头建立全省及对标区域的重点领域人才薪酬市场调查与信息发布机制,为高校提供科学、动态的市场参考坐标。关键是“管”,将管理重心向事中事后绩效评估转移,建立与高校创新产出质量、人才队伍建设成效挂钩的动态调整与资源配置机制,形成高产出高回报的良性循环。

高校层面要强化主体意识。在总量权限内,要敢于开展差异化分配方案。对基础研究、应用研究、人文社科等不同学科领域,对战略科学家、领军人才、优秀青年学者、创新团队等不同主体,要积极探索协议工资制、项目工资制、中长期激励、年薪制等多元化、组合式的薪酬方案。同时,建立健全常态化的薪酬市场对标机制,确保对关键核心人才的待遇具备区域竞争力。

内部部门实现破壁增效。打破科研、人事、财务、资产等职能部门的壁垒,科研部门要牵头重构以创新价值、能力、贡献等为导向的评价体系,以及具有竞争力的科研配套与成果奖励办法。人事部门牵头设计全口径的薪酬方案,统筹整合基本工资、绩效、津贴、安家费等各项待遇,建立科学的人才评价与引进流程。财务和资产部门要优化资源配置,积极拓宽资金来源,运用信息化手段提升管理效率和服务体验,确保激励能够及时、准确、合规地直达科研人员。

## 精准发力,聚焦四大关键举措

实施精准化、差异化的年薪制。年薪制应成为精准激励的利器,而非普惠的福利。要依据人才的学术地位、学科差异及预期贡献,科学设定差异化的薪酬区间。对于能引领学科方向、突破关键技术的顶尖领军人才,要勇于采取“一人一策”的方式协议薪酬,量身定制具有绝对竞争力的综合薪酬方案,如具有吸引力的固定薪酬、与重大目标挂钩的绩效、充足的团队建设经费及完善的配套服务,确保核心人才“引得进、留得住、用得好”。

建立分类分层、多维评价的考核机制。要破除“唯论文、唯职称、唯学历、唯奖项”的顽疾。对基础研究,实行长周期评价,弱化年度考核,鼓励潜心探索与原始创新,营造宽容失败的氛围。对应用研究和技术创新,突出其对经济社会发展的实际贡献,将技术合同成交额、成果转化收益等作为重要考核指标。同时,注重引入“小同行”评议和代表性成果评价,构建起既看客观产出数据、也重学术共同体专业判断的立体化评价体系。

打通成果转化收益反哺的激励通道。科技成果转化取得的净收益中,可划定不低于70%的部分,用于奖励作出重要贡献的科研团队和个人。这项奖励应单独管理,不纳入单位绩效工资总量的实际范畴,不受绩效工资总额限制。从根本上打通知识价值转化为实际经济收入的通道,建立一种将科技创新与个人收益紧密相连的正向循环激励机制,让科研人员能够堂堂正正地通过创新成果获得丰厚回报,从而极大地激发他们投身于应用研究和成果转化的热情与动力。

推行科研财务助理制度。设立专项经费支持科研团队聘用专职或兼职的科研财务助理,让专业的人做专业的事,将科研人员从开具发票、经费报销、设备采购、结题审计等繁琐的事务性工作中彻底解放出来,保障他们把主要精力投入科技创新活动中。

人才聚则事业兴,机制活则全盘活。面对新一轮科技革命和产业变革的浪潮,面对区域协调发展的战略要求,河北必须以更大的决心和智慧,勇于打破高薪薪酬激励的机制束缚,深化高等教育改革的内在要求,优化创新生态、提升核心竞争力的战略抉择。通过构建更加科学、灵活、高效的薪酬激励体系,真正让一流人才获得一流回报,我省必能更好地汇聚天下英才,充分激发高校这一创新引擎的澎湃动力,为加快建设经济强省、美丽河北筑牢坚实的人才与智力根基。

(本文系河北省人力资源和社会保障科研合作课题研究项目“河北省高校科研人员薪酬激励制度及重要举措研究”研究成果,项目编号:JRSZH-2025-01124)

(作者:袁文娟、张滢、石家庄学院;贾悦,河北省高速开发有限公司)

# 以高质量党建引领企业高质量发展

□勾丽婧

坚持党的领导、加强党的建设是建设中国特色现代国有企业制度的根本要求和鲜明特色,是我国国有企业的独特优势。新时代,国有企业必须不断探索加强党的建设的有效途径,以新载体新机制不断提高党建工作新质效,以高质量党建引领企业高质量发展,不断推动国有企业做强做优做大。

坚定不移坚持党的领导。习近平总书记关于党的建设的思想中,第一位的就是坚持和加强党的全面领导,这是新时代我们党治国理政的最鲜明特征,是党百年奋斗得出的最宝贵经验。作为党来国有企业最可信靠的力量,近年来国有企业始终坚持以党的旗帜为旗帜、以党的方向为方向,认真贯彻落实“三个有利于”“两个一以贯之”要求,从领导体制、工作机制、组织设置等方面有力推进了党的领导和完善公司治理有机统一,确保了党的领导、党的建设在国有企业改革发展中得到体现和加强。当前,面对世界百年未有之大变局和我国高质量发展新阶段,国有企业更需要坚定不移坚持和加强党的全面领导,在企业改革发展进程中,以构建现代化治理体系为抓手,动态推进党建工作要求纳入公司章程、双向进入交叉任职、党组织前置研究讨论重大经营管理事

项等重点工作,持续完善党领导国有企业的治理架构,切实把党的领导体现在坚决贯彻落实党和国家重要决策部署上,落实到管党治企、引领发展的具体工作中,把党的领导优势转化为组织优势、竞争优势、发展优势,引领保障国有企业高质量发展行稳致远。

坚定不移擦亮政治底色。“坚持”以党的政治建设统领党的建设各项工作”,是习近平总书记关于党的建设的重要思想的重要内容,抓住了新时代党的建设的根本性、关键性问题。国有企业必须把政治建设作为引领新时代高质量发展的“方向舵”,始终摆在首位、落在实处。要从政治和全局的高度,深刻认识把握以政治建设统领党的各项建设、引领国企高质量发展的重要意义,认真落实习近平总书记提出的党的政治建设七方面要求,通过建立健全党委理论学习中心组学习、“第一议题”、党员干部理论学习等制度,坚持不懈化党的创新理论武装,以理论指导实践,推动工作,在把握企业发展方向、谋划发展战略、落实重大举措、选任领导干部等工作中坚定不移践行政治路线,落实政治责任,为开启国企高质量发展新篇章提供坚强政治保证。特别是当前国有企业正处在收官“十四五”、布局“十五五”的关键时期,发展形势严峻复杂,市场竞争日趋激烈,深化改革迫在眉睫。无论是稳固当前安全发展局面、破解制约长远

发展的可持续性,还是宏观擘画高质量发展蓝图、微观抓实抓细各项改革任务,都需要刚性落实党委主体责任,在党的建设、安全生产、经营管理、创新驱动等方面,切实发挥好总揽全局、协调各方的领导作用,敢抓敢管、善抓善管、严抓严管,把主体责任扛牢压实,更好地推动企业改革发展。

坚定不移抓好强基固本。基础不牢,地动山摇。只有把基层党组织建设强,把基层党建巩固好,才能不断增强国有企业党组织的组织力凝聚力战斗力。要认真贯彻落实党的二十大精神,坚决把关于对国有企业党的建设要求落到实处,牢固树立和践行大抓基层鲜明导向,在企业深化改革、专业化整合等工作中动态调整设置企业基层党组织,把党的组织建在产业链、供应链、创新链上,特别是新建企业、战略性新兴产业、新经济组织要及时建立健全上下贯通、执行有力的基层组织体系,推动基层党组织从“有形覆盖”向“有效覆盖”转变,进一步提高党组织的组织力、凝聚力和战斗力。要牢固树立选人用人的正确导向,认真落实国有企业好干部20字标准,选优配强企业领导班子,加大优秀年轻干部人才和党组织书记、党务工作者、党员“三支队伍”建设培养力度,注重在重点项目、重大攻坚、重要改革工作第一线强化培养使用,着力打

造高素质专业化的党员、干部队伍。要把抓基层、打基础作为加强国企党建的长远之计和固本之策,健全完善党建工作责任体系,不断提高基层党组织、党员教育管理、党内政治生活等基础工作质效,强化考核评价和结果运用,着力推动党建工作质量迈上新台阶。

坚定不移推动党建融入。融入中心工作,引领基层治理是做好新时代党建工作的必然要求,也是推动国有企业高质量发展的的重要途径。必须持续深入贯彻习近平总书记关于国有企业党的建设重要指示批示精神和全国国企党建工作会议要求,坚持党建服务生产经营不偏离,大力开展“党旗在基层一线高高飘扬”“我为职工群众办实事”以及党组织书记“领办攻坚”、党员设岗定责、承诺践诺等活动,充分彰显党建在服务生产经营、推动高质量发展中的引领保障作用。要结合企业实际,找准党建工作与企业生产经营深度融合的有效途径,大力推进党建工作机制创新、载体创新、手段创新,不断提高党建引领服务生产经营的能力水平,切实把国企党建融入新型工业化、现代化产业体系建设、新型能源体系建设等重大发展战略中,落实到持续推动深化改革、产业转型升级、创新驱动发展等重要决策部署上,真正把党建工作抓实抓细抓好,以党建“软实力”引领推动企业“硬发展”。

(作者单位:开滦集团)

# 加快薪酬制度改革 激发高校创新活力

投稿邮箱:hbjrbll@163.com