

以新质生产力为高质量发展赋能蓄力

□ 郭铁成



习近平总书记在黑龙江考察时指出，要整合科技创新资源，引领发展战略性新兴产业和未来产业，加快形成新质生产力。在新时代推动东北全面振兴座谈会上，习近平总书记强调，积极培育新能源、新材料、先进制造、电子信息等战略性新兴产业，积极培育未来产业，加快形成新质生产力，增强发展新动能。总书记的重要论断，为我国经济高质量发展指明了方向。如何理解“新质生产力”？加快形成新质生产力，主攻方向是什么？

什么是“新质生产力”？

生产力是人类生产产品和服务的能力，它由劳动者、劳动资料和劳动对象三大基本要素构成。在不同发展阶段，生产力水平和性质不同，生产力基础要素具体表现为一定经济形态的生产要素。在工业化时代，生产力基础要素主要表现为劳动、资本和土地三种生产要素，其中劳动指工业化劳动者，资本指资本品，即工具、设备、厂房等劳动资料。资本品是关键要素，正如在原始社会谁身强体壮谁就能获得食物等生活资料，在农业社会谁拥有土地谁就能获得地租一样，在工业化时代，谁拥有作为物质生产资料的资本品谁就能控制生产和分配。

当人类进入21世纪，特别是在智能化革命发生后，新质生产力出现了。新质生产力的核心是创新要素。创新要素包括智力、智权、数据等无形资产，弥散在劳动者、劳动资料和劳动对象中，使生产力获得了新的质的规定性。所谓智力，是指通过对人力投资而形成的创造价值的能力，即凝结在劳动者身上的认知能力、创意能力、行动能力，以及心理素质 and 意志品质等。也可以说，智力要素是通过教育和学习而获得创新能力的劳动者，主要是科学家、工程师、企业家，以及其他知识化、技能化的人才。所谓智权，是指通过创造性劳动获得的知识产权，主要包括标准、专利、软件著作权、版权、商标等，以及在迭代创新中即时约定的知识产权。后者是指在开源创新中，各类创新主体包括研发者、设计者、投资者、供应者、制造者、销售者、使用者等，根据每个主体对创新产品的贡献而不是传统知识产权，即时获取报酬的权利。数据就是算法、算力和大数据要素，包括数据的生产、存储、加工、挖掘、使用等能力。数据要素的核心是软件，主要包括智能软件、智能硬件、智能系统，以及相关数据库。虽然智能硬件、智能系统、数据库等需要程度不同的物理依托，比如数控机床就离不开金属机身，但主导的因素是软件。

智力、智权和数据在新质生产力中不是机械相加的，而是通过有机结合，作为统一整体而出现的。在工业化时代，随着技术进步，劳动者会被挤出生产力，成为失业者，无法与生产资料结合，而新质生产力则不一定挤出劳动者，甚至会吸纳更多劳动力，只是这些劳动力需要拥有更高的智能生产力。因为在新质生产力中，随着技术构成的提高，知识构成也在提高；而知识性劳动既是知识密集的，也是劳动密集的，需要大量知识化的劳动者，这会大大抵消技术对人的挤出效应。所谓高质量发展、转换发展动力，就是把发展动力转换为新质生产力，形成新的发展动能。

积极开展新质生产力布局

实现高质量发展，建立现代化产业体系，必须积极开展新质生产力布局。首先是新质生产力的技术布局。新一轮技术革命的主要特征是智能化、生态化、融合化、智能化技术、生态化技术、融合化技术是布局的重点。具体说，要加强生成式人工智能、工业机器人、生物制造、量子信息、高端芯片、关键元器件零部件和基础材料、绿氢与新型储能、脑科学与类脑研究、合成生物学与生物育种、深海空天开发等前沿领域的技术攻关，以及新发突发传染病和生物安全风险防控、医药和医疗设备、油气勘探开发等领域关键核心技术攻关，为新质生产力的发展奠定技术基础。

其次是新质生产力的产业布局。关键是加强新兴产业和未来产业的布局，在战略性新兴产业上，布局要聚焦新一代信息产业、新能源产业、新材料产业、高端装备产业、新能源汽车产业、绿色环保产业、生物医药产业、新兴航天产业、新兴海洋产业，加快关键核心技术创新应用；在未来产业上，布局要聚焦人工智能、量子信息、未来网络、生命健康、氢能 with 储能、空天科技、深海深海等领域，组织实施未来产业孵化与创业加速，率先形成新质生产力。

开展新质生产力的技术布局和产业布局，重点是按照国家和社会需求的优先序，综合平衡创新投入、创新产出和创新结构。创新投入的主要部分是研发投入，以及风险投资、技术交易投入、设计投入、培训投入等。研发投入强度是研发投入与GDP之比，风险投资强度是风险投资额与GDP之比，技术交易强度是技术交易额与GDP之比。从国际竞争来看，应该把战略性新兴产业、未来产业的研发投入提高到国际平均水平以上，风险投资强度和投资率应逐渐达到美国的水平，技术交易强度要大幅度超过研发投入强度。

创新产出要重点考虑新兴产业、高技术产业、专利密集型产业增加值占GDP的比重，以及数字经济核心产业增加值占GDP

的比重。2021年，我国战略性新兴产业、高技术产业、专利密集型产业增加值占GDP的比重，分别为13.4%、15.1%和12.44%，数字经济核心产业增加值占GDP的比重不足10%，都应该加快提高。深圳市的创新产出具有新质生产力的特点，其经济增量以新兴产业为主，近年来新兴产业对GDP增长贡献率达到60%；工业以先进制造业和高技术制造业为主，二者占规模以上工业企业增加值的比重分别为75%和66%；第三产业以现代服务业为主，现代服务业占服务业的比重达70%。

创新结构包括技术结构、就业结构和创业结构。技术结构重点考虑专利强度和数字化水平。专利强度是发明专利或高能专利（标准必要专利、三方专利、PCT专利）数量与GDP之比或与就业人数之比；数字化水平尚无通用标准，但有很多研究性标准，如数字化密度、数字化指数、数字技术普及率、数字化研发设计工具普及率、关键工序数控化率等等。就业结构重点考虑高质量就业比重，即大专以上劳动力或大学本科以上劳动力占全部劳动力的比重，以及国际一流人才拥有量；另一个是每万名就业人员中研发人员的比重。创业结构重点考虑科技创业率和创业成功率，科技创业率是单位劳动力拥有的科技型创业企业数，即当年新创科技型企业数与当年全部劳动力之比；创业成功率是创业成功企业数占全部企业数的比重，即创业满五年的科技型企业数与当年全部企业数之比。

加快实现高水平科技自立自强，为新质生产力赋能

新质生产力的核心是创新要素，而创新要素的形成需要高质量的科技供给。必须加快实现高水平科技自立自强，实现战略突破，为新质生产力赋能，重点有以下四个方面。

一是人才引领，就是把人才作为经济和社会发展的第一资源，改变物质资源拉动、按跟踪性项目配置科研人员的增长方式，建立科学家和工程师主导的经济结构，按人才资源优势配置物质资源和其他创新资源。人才引领的重点是培育顶尖科技人才，激活大批专业科技人才，储备一批未来科技人才。顶尖科技人才是指国际一流的战略科学家、卓越工程师及其团队；专业科技人才是指我国5500多万专业技术人员；未来科技人才是指青年人才，或潜在的科学家和工程师。实现人才引领必须遵循人才成长规律和科研规律，建设

尊重劳动、尊重知识、尊重人才、尊重创造的科研体制和机制，还要优化基础教育、高等教育的结构和教育方式。

二是原创跃升，就是把原始创新作为自主创新的战略重点，面向世界科技前沿和国家重大需求，以科技创新革命和产业变革为场景，促进重大技术突破，引领中国经济体向高端跃升。原始创新的重点是国家安全技术和未来技术、挑战性技术、咽喉链技术。未来技术是“无人区”技术，当前还不成熟或不存在，但却是未来增长的动力；挑战性技术是为迎接社会、环境和生命健康等领域对人类生存的挑战而研发的技术；咽喉链技术是我国对外依存度过高、存在被脱钩和被锁定风险的技术。实现原始创新必须强化国家战略科技力量，充分发挥大学、科研院所、国家实验室和企业“四驾马车”的体系化引领能力，以及国际创新中心、区域创新中心城市的辐射带动作用。

三是赋能企业，就是面向国民经济主战场，促进科技要素转化为企业创新资产，形成企业核心竞争力，大力培育头部企业、灯塔企业、创新型型企业。首先要坚持企业在技术创新中的主体地位，建立以企业需求为基础的项目形成机制和管理机制，围绕企业需求配置公共创新资源。还要大力发展科技创新市场，包括科技服务市场、创业投资市场和创新产品市场。科技服务市场交易的是研发服务、设计服务、技术转移服务、技术扩散服务、专业知识服务等科技服务；创业投资市场交易的是科技创业企业的股权，包括股权买卖和企业重组、并购、收购等；创新产品市场交易的是新开发的中间产品和最终消费品。还要出台积极的财政政策和金融政策，加大创新投入杠杆，减少企业创新成本，鼓励企业开展未来技术创新。

四是繁荣科学，就是以自由探索为引领，以研究人员为中心，以科学共同体建设为依托，以公众科学建设为基础，促进重大科学发现，广泛传播科学精神。战略导向、前沿导向和市场导向的基础研究，都应自由探索为引领，增加全社会自由探索基金比重，鼓励一切开创性研究。基础研究的大部分项目，应以研究者为中心，由研究人员自主选择；优化基础研究人员结构，提高基础研究人员基础性工资比重。以科学共同体建设为依托，在科学共同体内部和外部建立新型的、诚信的、负责的人际关系，积极探索国际小同行评议、非共识评议、开创性研究评议等先进的评议机制。以公众科学建设为基础，在全社会弘扬科学精神，家庭、学校、社会相结合，培养公众理解和参与科学的能力。

(作者系中国科学技术信息研究所研究员)

把政治训练贯穿干部成长全周期

□ 郭素娟

近日，中共中央政治局召开会议，审议《干部教育培训工作条例》《全国干部教育培训规划（2023—2027年）》。会议强调，要坚持把政治训练贯穿干部成长全周期，教育引导干部树立正确的权力观、政绩观、事业观，提高干部政治判断力、政治领悟力、政治执行力。干部教育要牢牢抓住政治训练这一关键所在，训之以忠、训之以能、训之以德，引导干部把心思和精力放到振兴发展事业上来，锻造具备领导社会主义现代化建设能力的高素质干部队伍。

训之以忠，理论武装定好“忠诚调”。“天下至德，莫大于忠。”政治上的坚定源于理论上的清醒。要把学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想作为理论武装的重中之重，教育引导干部从中领悟真理力量、实践力量、人格力量，点亮“思想灯塔”、掌握“思想武器”，把牢“思想开关”，做到是非面前旗帜鲜明，诱惑面前不为所动，考验面前坚如磐石，始终坚守党性原则。要落实好脱产进修、调训补训、中青年干部培训等干部教育制度，突出党的创新理论首要地位，确保理论学习成为硬指标；把党的创新理论武装情况作为党组织书记抓建述职评议、领导班子绩效考核、干部年度考核的重要内容，发挥考核激励效用，以述学、评学、考学等方式定期检验学得如何，深入考察了解，既看学习成效，也看履职表现，推动干部做到学思用贯通、知信行统一，把对党忠诚的政治要求落到实处。

训之以能，实践历练锤炼“真功夫”。干部的能力素质是在一线实践、长期锻炼中砥砺而成的，要坚持着眼于用、落脚于行，提高干部抓任务落实的能力。统筹考虑干部的年龄与经历、优势与不足、专业要求和岗位需求，用好跟班学习、轮岗交流、挂职锻炼、项目竞赛等多种形式，给干部压担子、交任务，让干部到急难险重岗位、改革攻坚一线历练，参与乡村振兴、生态环保、基层治理等攻坚克难工作，在创造性落实决策部署上“破题”，在大事急事难事烦事上“破难”，经风雨、见世面、长才干；要对干部的现实表现和主要优缺点全程跟踪记录，作出综合评价，形成鉴定报告，记入个人档案，作为选拔任用的重要参考，充分调动干事创业的积极性、主动性和创造性，多维激发潜能，充实壮大优化肯干、能干且会干的高素质干部队伍。

训之以德，作风整训立起“硬杠杠”。好的干部作风是凝聚党心民心的巨大力量。干部作风整训，是现实且紧迫的工作。要深入开展理想信念、党性党规党纪和群众观教育，抓好经常性学习教育，做到每年有计划、月月有安排，引导干部模范践行社会主义核心价值观，讲党性、重品行、作表率；要建立健全干部学习、工作、生活等日常监督管理常态长效机制，明确问责细则适用情形，合理界定问责主体和范围，对干部身上苗头性、倾向性作风问题早拉“衣袖”、早鸣“警钟”，对作风方面的不良行为和影响，把批评教育、组织处理和纪律处分等多种问责形式综合运用，进行严厉问责，将问责处理结果与干部升降、调整交流、评优评奖等挂起钩来，实现处理一人、警醒一批、教育一片；要把为群众办实事、解难题作为作风整训的重要载体，引导干部深入基层、深入群众、倾听呼声，察民所需、应民所求，在为民服务中力耕不辍，涵养赤子情怀、锤炼优良作风。

“乡村著名行动”何以“著名”？

□ 靳仔因

近日，民政部印发《关于开展“乡村著名行动”助力乡村振兴的通知》，要求进一步发挥地名工作在全面推进乡村振兴中的积极作用，全面提升乡村地名建设水平，助力建设宜居宜业和美乡村。开展“乡村著名行动”，如何“著名”？要全面加强地名管理，传承保护地名文化，加大信息采集力度，充分彰显地名在乡村振兴中的积极作用，助力宜居宜业和美乡村建设。

全面加强地名管理，杜绝“大洋怪”现象蔓延。长期以来，一些地区存在有地无名、多地重名、地名不规范等问题。概括起来，主要是“大”“洋”“怪”，即刻意夸大“大”地名、崇洋媚外的“洋”地名、离奇怪诞的“怪”地名等。如同一个人的姓名，绝非小事，不能任性而为、乱起乱叫。乡村地名起得好，可以提升乡村文化格调，提振乡村精气神；乡村地名起得不好，过于“大洋怪”，则可能会出现洋名，不利于建设宜居宜业和美乡村。必须全面加强地名管理，贯彻落实《地名管理条例》，系统排查不规范问题。

传承保护地名文化，不能随意更改老地名。地名文化是中华优秀传统文化的重要组成部分，传承保护地名文化，就是在传承发展中华优秀传统文化。一些老地名记录着社会发展历程，富有鲜明地域文化特色，既是承载着当地村民美好记忆的精神家园，也是一座文化宝库，是当地乃至国家和世界极其宝贵的历史文化遗产。随意更改老地名，不仅是对一脉相承的历史文化的尊重，还可能割断当地村民情感上的寄托，受到大众的抵触。要加强优秀地名文化传承保护，建立地名保护名录，将历史悠久、内涵丰富、特色鲜明、具有重要传承价值的乡村地名纳入保护范围，不随意更改老地名，守护好人们的精神家园。要让优秀地名文化融入乡村，让地名文化融入村民日常生活。

加大信息采集力度，创新“一张图”服务模式。当前，数字乡村发展迎来春天。2023年中央一号文件提出，要深入实施数字乡村发展行动，推动数字化应用场景研发推广。新时代地名工作要主动服务经济社会发展，“乡村著名行动”要助力乡村全面振兴，必然要搭上数字乡村发展这趟快车，让地名信息服务大脑“更聪明”，从而让群众更有积极性和幸福感。要加大对乡村地名信息采集力度，推进乡村地名信息采集上图，依托国家地名信息库和互联网地图，对乡村地区自然地理实体、居民点、道路街巷、交通水利、文化旅游、农业产业等地名信息实现应收尽收、常态更新、规范上图。要善于发动群众力量，提高图上地名活跃度。创新“一张图”服务模式，充分发挥数据底座作用，以“一张图”为农业农村、自然资源、社会治理、文化旅游等领域提供区划地名信息服务。



扫码关注 山东深观察

扫码看 理论周刊专题

体育经济如何引领消费升级

□ 张彦峰 王裕雄

9月23日，第十九届亚洲运动会于杭州开幕。今年以来，接踵而至的体育盛会在点燃群众体育热情的同时，也带火了体育经济。活力四射的体育消费正在成为消费市场的新亮点。今年7月，国家体育总局印发《关于恢复和扩大体育消费的工作方案》，出台16条具体举措，内容涵盖加大优质体育产品和服务供给、丰富体育消费场景、夯实体育消费基础三个维度，旨在进一步恢复和扩大体育消费，充分发挥体育在扩大内需、助力构建新发展格局上的重要作用。在当前全民健身上升为国家战略、全民健身与全民健康深度融合的大背景下，作为与旅游、文化、健康、养老、教育培训并驾齐驱的“六大消费领域”之一，体育消费蕴含着巨大潜力。

竞技如何变“经济”

体育消费是指人们为了满足体育需求，用于购买体育相关产品、参与体育活动、享受体育相关服务等方面的消费。根据消费者进行体育消费的内容、方式和功能不同，分为实物型体育消费和服务型体育消费两种。随着居民消费水平的提高和生活性服务消费需求的变化，生命健康、文化旅游、休闲娱乐、体育等新型消费业态快速发展，已成为助推各个领域居民消费升级的关键节点。2021年10月，国家体育总局印发《“十四五”体育发展规划》，提出到“十四五”末期居民体育消费总规模超过2.8万亿元的发展目标，并从提升产业产品与服务多元供给质量、培育居民体育消费习惯、深化体育消费试点、完善体育消费政策等方面提出具体推进举措，为我国体育消费提质升级提供了重要指引方向。

体育具有较高消费带动效应，尤其是重大体育赛事对消费增长的带动效应更加可观。今年以来，随着线下体育赛事的恢复，群众的体育热情不断攀升，带动了体育消费的井喷。成都大运会、杭州亚运会等一系列重大赛事陆续“登场”，有力带动赛事门票、体育旅游、餐饮住宿等消费。从体育门票收入这一项来看，今年5月，苏迪曼杯世界羽毛球团体混合锦标赛在苏州举办，8天的赛事共吸引近10万名观众到场观赛，票房收入超3000万元，创造苏杯票房历史。此外，“村超

“村BA”等乡村体育活动也风靡全国，成为吸引上亿人关注的重大赛事，有力带动了当地乡村振兴。例如，“村BA”带火了贵州台江县台盘村，让这个只有1000多人的村子吸引了全国60万游客，当地借着赛事的热度顺势推出“村BA”线下体验馆，销售带有当地文化特色的体育用品。体育赛事还带动着体育用品消费的增长。如今5月以来，在大运会的带动下，四川省体育用品销量迎来大幅度增长，其中，冲锋衣销量同比增长183.76%，运动帽、儿童跑步鞋和运动外套装销量分别同比增长131.52%、104.35%和90.65%，可见群众高涨的体育热情。

体育消费规模持续扩大，结构持续优化

近年来，我国体育消费市场在一系列政策驱动和市场供给变化中蓬勃发展，居民体育消费水平快速提升，呈现出以下特征：体育消费规模持续扩大。数据显示，从2015年到2020年，全国居民体育消费增长了80%。2020年，全国居民体育消费总规模达到1.8万亿元，且全国居民人均体育消费支出达1330.4元，比2014年增长43.7%，增速高于同期我国居民人均生活用品及服务消费支出和居民人均教育文化娱乐消费支出。

体育消费结构持续优化。运动服装鞋帽、体育器材等实物型体育消费在人均体育消费中的占比逐渐下降，体育旅游、锻炼场站租金、体育培训、聘请教练、购买体育比赛门票以及体育类视频产品等服务型体育消费占比逐渐提升，比例更加均衡。体育消费格局日趋均衡。从城乡分布看，体育消费的城乡差距正在缩小，乡村居民人均体育消费支出增速远高于城镇居民。从区域分布看，东西部之间的差距也在逐步缩小。风靡于贵州的“村BA”、海南的“村VA”等乡村赛事，体现出新时代农民体育产业与消费的新现象和体育文化IP新场景。

体育消费细分市场快速发展。对比2014年与2020年体育消费相关调查数据，女性体育消费力量迅速崛起，人均体育消费支出增长74.9%，超过男性居民37.4%的增幅。从年龄组来看，60岁以上群体增长幅度高达77.3%，

老年人群体成为体育产业关注的“新风口”，体育消费的“银发经济”迎来巨大空间。

如何进一步提质扩容

体育消费受政策、经济、文化和个人的影响较大。社会制度、国民收入、文化素质、消费价格、消费价值观、体育产品结构、个人收入水平、群体环境等因素的变化，都会影响体育消费需求。社会经济基础、国家产业政策、地方政府行为、居民运动习惯都对我国居民体育消费起到了重要的驱动作用。党的十八大以来，我国居民体育消费在规模、结构等方面都实现了快速发展，但依然存在体育消费需求释放不足、体育产品和服务供给相对缺乏、消费空间和场景不够丰富等问题。随着我国经济的持续发展，居民收入水平的持续提升以及人民群众健康意识的不断提升，我国体育消费规模将进一步扩大。未来，我国居民体育消费可向下方向继续拓展新的发展空间：

加强产品和服务供给，使体育供给与体育消费更加匹配。当前，以体育观赛、运动健身为代表的体育消费在我国发展时间较短，消费者未能像国外实现自然的圈层分化，体育供给与体育需求之间也未能实现合理的供需匹配。随着体育消费多元化、个性化需求的不断增加，政府要进一步深化体育要素市场化改革，建立完备的体育要素市场，理顺赛事、场馆、产权、人才、技术、数字等资源和要素价格机制，引入公平竞争审查机制，营造健康有序的市场环境，优化配置体育资源和要素，逐步解决制约体育供给侧改革的堵点，逐步缓解我国体育市场供需匹配错位问题。企业等社会力量将逐步完善与提高体育产品与服务供给质量，以个性化服务、多样化消费为主，满足不同年龄段、不同运动水平、不同运动项目人群的体育产品和优质服务需求。随着互联网、大数据和人工智能的飞速发展，线上体育用品销售、线上运动会、线上健康大讲堂、在线健身、在线体育产品销售等体育消费将迎来巨大发展空间，体育消费的新业态、新模式、新产品将持续创新。政府要引导体育企业从需求端出发，注重体育服务产品的专业性和创新性，以居民体育消费需求为导向，创新发展“数字技术+体育服务”新模式，发展数据健身健康服务等，不断拓展新的消费场景，促进体育经济提质扩容。

激发户外运动热情，挖掘户外运动消费市场。近年来，户外运动逐渐成为群众喜闻乐见的休闲方式，户外运动消费市场面临广阔发展空间。2022年11月，国家体育总局、国家发展改革委等八部门联合印发了《户外运动产业发展规划（2022—2025年）》，提出要持续激发户外运动市场活力，持续释放户外运动消费潜力，更好满足人民群众的户外运动需求和美好生活向往，并提出了许多促进和扩大户外运动消费的具体措施。企业要抓住新的增长点，优化产品和服务供给，不断满足户外运动爱好者的各种需求，同时延伸产业链条，与旅游、文化、康养、体育培训等行业相融合，形成良好的产业生态。

(作者分别系国家体育总局体育科学研究所国民体质与科学健身研究中心副主任，中央财经大学体育经济研究中心主任)