

基层制造企业一线员工绩效激励机制的构建

齐师恒

随着制造业转型升级持续推进,基层制造企业的竞争重点逐步转向保障生产过程稳定运行。市场需求变化压缩了企业交付周期,企业的管理要求需更快进入生产现场并落实到具体岗位。一线员工处在工序的执行环节,其操作规范性和质量意识直接影响产品形成过程,也决定了生产计划能否顺利转化为实际产出。在这一背景下,员工绩效管理承担着连接企业目标和岗位行为的作用。随着用工结构的逐步变化,一线员工更加重视自身劳动价值在企业中的体现,并希望通过岗位表现获得相应的发展机会和认可;绩效激励成为企业稳定队伍和提升现场管理质量的重要方式。

由此可见,围绕一线员工构建绩效激励机制,符合基层制造企业提升生产运行质量的现实需要,具有较强的管理研究价值。

一、基层制造企业绩效激励基础

(一)一线员工绩效特征

基层制造企业一线员工的绩效产生于生产现场,并直接嵌入产品形成过程。员工的操作规范程度会体现在生产运行效果中,因此其绩效结果具有较高的可观察

性。与管理岗位相比,一线员工绩效更依赖作业标准和现场条件,个人劳动投入需通过工艺执行、设备配合和班组节奏转化为实际产出。不同岗位承担的生产职责存在差别,装配岗位更突出操作连续性,检验岗位更突出质量识别能力,设备操作岗位则更突出过程控制水平,由此形成较为清晰的岗位指向。同时,生产线运行具有连续衔接特征,单个员工的作业表现会影响后续工序效率,班组协作状态也会影响个人绩效呈现。

(二)绩效激励作用机理

绩效激励的作用机理体现在企业目标进入岗位行为的过程。基层制造企业将生产要求转化为绩效标准后,一线员工能够依据岗位要求判断作业重点,并在持续执行中把个人劳动投入转化为生产成果。绩效评价在这一过程中承担反馈功能,评价结果能够呈现员工岗位表现同生产要求之间的匹配程度,使员工形成对工作结果的清晰认知。激励兑现则进一步强化评价结果的现实意义,使岗位表现同劳动收益、组织认可和成长机会形成稳定关联。随着目标设定、绩效评价和激励兑现相互衔接,员工对岗位责任的理解逐步深化,工作投入

也更容易保持稳定。

二、一线员工绩效激励机制的构建

(一)绩效指标分层设置

基层制造企业的绩效目标通常来源于生产计划,经车间分解后下发至班组执行,并最终落到一线员工的具体作业之中。指标分层需顺应这一传导过程,使企业层面的生产要求能够通过车间任务形成承接,再通过岗位职责转化为员工可执行的评价内容。在这一过程中,指标内容需要围绕岗位在生产流程中的作用展开,使员工的工作表现能够真实反映其对生产运行的贡献。岗位行为与生产结果直接相关,员工的作业执行情况会体现为工序运行状态和生产成果,因此绩效指标应当与岗位责任保持对应关系。不同岗位在生产流程中的权责定位存在差异,指标权重也需要围绕岗位贡献方式展开,使评价重点同岗位职责保持一致。绩效指标由此形成从企业目标到岗位行为的有效衔接,为激励兑现提供依据。

(二)激励运行闭环设计

考核周期开始时,车间应依据生产计划明确班组任务,并将岗位标准融入日常生产组织过程,使员工作业前形成清晰的

工作依据。员工完成生产任务的过程中,产出情况和质量结果同步进入绩效台账,班组长结合现场作业状态核对,使绩效信息能够随生产过程连续积累。考核结果形成后,管理人员应围绕员工的岗位表现与其沟通,将评价内容转化为下一周期的作业要求,使绩效管理从结果判断延伸到行为调整。激励兑现需紧扣考核结果,薪酬浮动、技能成长机会和岗位发展安排均应体现员工实际贡献。通过这一运行方式,绩效标准能够在生产现场持续发挥引导作用,激励效果也能在后续作业中得到延续。

三、结论

构建基层制造企业一线员工绩效激励机制,应立足生产现场的运行规律,突出岗位绩效的可观察性和作业过程的连续性。通过绩效指标分层,企业能够使岗位贡献得到清晰表达;通过激励闭环运行,评价结果能够进一步作用于员工后续工作。绩效标准、评价结果和激励兑现形成稳定衔接后,一线员工的岗位责任意识和工作投入将得到增强,基层制造企业生产现场管理质量也将随之提升。

(作者单位:福建武夷烟叶有限公司)

蔚县剪纸IP对城市伴手礼消费的增值效应

吴 月

成后,蔚县采用行业调解与司法诉讼相结合的方式打击抄袭假冒行为,将经过确权原创纹样向市场化授权方向转变,实现了从卖产品到卖版权的产业转型。

(二)品牌节庆对授权议价能力的支撑

版权确权能够解决单件作品的权属问题,而“蔚县剪纸”作为一个整体品牌,其授权议价能力则依赖于持续不断的知名度积累。地理标志将地域来源与非遗属性绑定,消费者在购买产品时,能够识别出该产品的文化归属,进而在价格层面形成与普通剪纸产品的区别。基于此,蔚县连续举办国际剪纸艺术节,确定了“世界剪纸看中国,中国剪纸看蔚县”的品牌定位,通过将节庆活动作为载体持续扩大受众覆盖范围,从而具备授权议价的市场基础。

二、蔚县剪纸IP在城市伴手礼消费中的增值表现

(一)伴手礼产品形态的迭代

城市伴手礼消费对于礼品的可携带性与视觉辨识度有较高的要求。早期蔚县剪纸主要以窗花的形式存在,其尺寸较大,不便携带,与现代伴手礼的消费习惯存在一

定差距,产品形态的迭代便成为剪纸IP实现增值的直接途径。南张庄村的剪纸品牌“剪纸侯”,针对消费者反馈的桌摆占空间这一问题,花费多年时间设计调整,推出了悬浮剪纸桌摆并获得发明专利。专利的获得阻止了同类仿制品的低价竞争,让产品在同等品类中拥有溢价的技术依据。购买者在比较新旧款式后,往往更倾向选择新款,这种消费选择行为的转变也体现了产品迭代对购买决策的实际影响。剪纸的产品线延伸到了书签、装饰幕墙以及剪纸灯等多种形态,在不同的消费场景中都能担当伴手礼的功能。

(二)联名授权对消费渠道的延伸

产品形态的迭代大多出现在蔚县当地的消费场景中,而联名授权则将蔚县剪纸IP引入更为广阔的城市销售渠道。蔚县剪纸与国产品牌云朵艾杨、盖娅传说合作,推出了联名礼盒,将剪纸元素融入护肤产品的包装中,依靠品牌方的销售途径接触到非遗消费以外的人群,非遗文化授权的附加价值附着在产品售价中流通。耐克与乔丹品牌以蔚县传统剪纸纹样作为设计灵

感,推出了新年系列,将剪纸图案运用到运动鞋款上,使得蔚县剪纸纹样进入全球体育消费场景,其传播范围远远超出了剪纸工艺品自身的渠道界限。当消费者购买联名产品时,蔚县剪纸纹样作为产品视觉识别的一部分出现,其文化来源随着产品本身在城市消费场景中被人们感知,授权方在合作过程中也能够持续获取版权收益。

三、结语

蔚县剪纸以版权登记为基础,依托地理标志与品牌节庆为支撑,将非遗技艺转变成可授权的文化IP。在城市伴手礼消费的场景中,产品形态的不断迭代促使剪纸工艺品能够适应现代的消费习惯。而联名授权方式将IP价值扩展到了旅游渠道外的城市消费场景中。从确权到授权,再到产品落地,蔚县剪纸走出了一条非遗IP商业化的具体道路,对于同类非遗项目如何将文化资源转化为市场价值具有极高的参考意义。

(作者单位:河北传媒学院美术与设计学院)

以人民城市理念引领城市更新高质量发展

杜振兴

“人民城市人民建,人民城市为人民。”习近平总书记提出的人民城市理念,为新时代我国城市发展指明了根本方向,也为当前城市更新的深入推进提供了根本遵循。当前,我国城市发展已经进入从规模扩张转向提质增效的新阶段,城市更新作为盘活存量空间、补齐民生短板、激发城市活力的重要抓手,只有始终锚定“以人民为中心”的价值坐标,才能真正走出一条有温度、可持续、高质量的中国特色城市更新之路。

人民城市理念,从根本上回答了城市更新“为了谁、依靠谁”的问题——主体是人民,目标是为了人民,检验标准也由人民来评判。更新不是为了打造城市的“面子”,而是要做实民生的“里子”;不是为了少数资本增值,而是要让全体群众共享发展成果。从这个意义上说,坚持人民城市理念,就是抓住了城市更新的“根”与“魂”。一段时期以来,部分地区在城市改造中出现了“重开发、轻民生”“重形象、轻实用”“重资本、轻群众”的倾向。大拆大建推高住房成本,打散了原有的熟人社区网络;费心打造的网红打卡地光鲜亮丽,却没

能解决老百姓身边的停车难、买菜难、养老难;历史街区过度商业化,承载生活温度的城市记忆日渐消散。这些问题的根源,都在于偏离了人民城市的核心要求。

践行人民城市理念,要把解决群众“急难愁盼”问题作为城市更新出发点和落脚点。城市更新的第一要务,不是造地标、炒网红热度,而是解决老百姓最关心、最直接、最现实的利益问题。城市更新的评价标准不应是楼有多高、景有多新,而是群众的获得感有没有提升、生活品质有没有改善。一条路修到了家门口,一个菜市场改造得干净整洁,一处闲置空间变成了老人孩子都能去的活动场所——这些看似“不起眼”的实事,恰恰是城市更新最该着力的方向。群众的事再小也是大事,群众的期盼再细也是要事。只有把每一件“关键小事”当作“民生大事”来办,把有限的资源精准投放到群众最需要的地方,城市更新才能真正做到群众心坎上,让城市不仅有“面子”,更有“里子”。

践行人民城市理念,要让群众全过程参与到城市更新中来。人民城市人民建,城市更新不能是“政府拍板、开发商干活、

老百姓看戏”,必须打通从方案设计到施工运营全流程的民意参与渠道。从项目立项之初就要把“话筒”交给群众,让老百姓有地方说话、说了话管用。方案公示不是走过场,征求意见不能搞形式,群众的合理诉求要真正体现在规划图纸上、落实到施工细节中。施工期间如何减少扰民、建成之后如何运营维护,每一个环节都应畅通民意反馈渠道,让群众看得见、说得上、能监督。只有把“问需于民、问计于民、问效于民”贯穿城市更新全过程,让群众从“旁观者”变成“参与者”“当家人”,城市更新才能真正汇聚民智、凝聚民心,实现共建共治共享。

践行人民城市理念,要在更新中留住城市温度与集体记忆。城市是人民的家园,每一条老巷、每一栋老建筑,都承载着一代人的生活记忆,维系着紧密的社区情感网络。人民城市理念下的城市更新,反对大拆大建,强调“留改拆”并举、以保留利用提升为主,就是要守住城市的文化根脉,留住老百姓的乡愁。一条老街的肌理、一棵古树的年轮、一座老院落的格局,都是城市不可复制的历史印记,一旦拆毁便无法

复原。更新过程中,要多一些“绣花”功夫,少一些“大干快上”的冲动——能保留的不拆除,能修缮的不重建,能活化利用的不闲置荒废。让老建筑在功能升级中延续生命,让老街区在业态更新中保持烟火气,让原住民在环境改善中继续安居乐业。城市更新守护的不仅是砖瓦楼宇,更是几代人共同的情感纽带和身份认同。一个有温度的城市,应当让居民望得见山、看得见水、记得住乡愁,让历史与现代交相辉映,让传承与发展相得益彰。

城市更新的最终目的,是让生活在这座城市里的每一个人,都能感受到发展带来的温度与实惠。站在新的发展起点,只要我们始终坚持人民城市理念,把人民需求放在第一位,保障人民群众全过程参与,就一定能走出一条高质量的城市更新之路。唯有如此,城市更新才能真正回应人民的期待,也才能在时代浪潮中行稳致远。

(作者单位:中共聊城市委党校)

课题项目:2026年度聊城市哲学社会科学规划“人民城市理念下聊城城市更新的优化路径研究”专项课题阶段性研究成果(课题编号:NDKT2026070)。