

深度
浙江新闻名专栏

博洋、GXG、太平鸟枕戈待旦、“跨境购”企业摩拳擦掌、物流企业整装待发……11日零时，一年一度的网络购物大战正式打响，以前总给人“搭便车”感觉的宁波将以崭新的形象亮相。通过近一年的“电商换市”，我市电子商务产业发展的基础不断厚重，在销售和消费两端角逐“双十一”的底气更足了——

出击“双十一”：宁波不再当“配角”

本报记者 张正伟 通讯员 蔡朝晖

本土电商“阵容齐整”

博洋、罗蒙、GXG冲锋在前、攻城略地；百万购物大军隐身幕后，狂刷下单数据，在近几年的“双十一”大战中，宁波的角色一直举足轻重。

除了衣服，还是衣服，什么时候能有更多的宁波品牌出现在“双十一”？这一天终于到来了。在市委市政府大力发展电子商务的战略部署下，“电商换市”正在结出丰硕的果实，最直接的表现就是参加今年“双十一”，宁波企业将以“集团军”的姿态出现。

博洋推出更加注重细分品类的品牌，今年“双十一”，新推出的日系清新风格的果壳家居服和性感牛仔的德玛纳很有可能扮演奇兵角色。GXG今年玩一把新鲜，在分会场上主打女装品牌“one more”和童椅品牌。太平鸟今年将推出由时尚教母麦当娜为女儿LOLA打造的时尚品牌MATERIAL GIRL。

这两天，江东E淘园里一片忙碌，这个成立不到半年的电商园区已经集聚了58家电商企业。今年“双十一”，纸器时代、兄弟打印店、爱普保险箱等商铺将重装出击。其中，从做外贸起家的纸器时代主打宝宝纪念册、亲情DIY类产品，将向类目销售第一名的目标进发。兄弟打印店、爱普保险箱等则为“双十一”日销售额千万元作好了准备。

宁波本土电商平台纷纷试水。宁波同城购目前入驻商户超过1000家，网站交易订单总数超过2000笔；淘宝“特色中国·宁波馆”成功上线了海鲜、休闲零食、时令果蔬、特色旅游等近60个品种商品，虽然全馆不参加“双十一”活动，但一些特色单体店将全新亮相。

慈溪在当当、京东、苏宁等第三方平台上的家电馆全面出击“双十一”，月立、AAA、朋发等数十个慈溪家电品牌有望再创单日销售新高；余姚电动工具、以得力为代表的宁海文具电商企业也将在各自领域全面发力。

“跨境购”显黑马本色

上周五，阿里巴巴和市政府签订战略合作协议，“双十一”期间，将借助宁波跨境电子商务试点的优越条件，共同开展“双十一”跨境购大促活动。

作为全国首批跨境贸易电子商务试点城市，目前我市已开展业务的电商企业共70家，15家企业将参加“双十一”



市政府与阿里巴巴达成战略合作协议。(朱日升 摄)

宁波电子商务发展数据

	网络零售	网络消费
1-2月	47.35 亿元	73.57 亿元
3-6月	153.15 亿元	149.97 亿元
7-9月	140.93 亿元	134.02 亿元



延伸阅读

宁波网购配送全面提速

往年“双十一”，网友前脚刚购完物，后脚已经吐槽四起。今年，宁波电商企业纷纷加大物流提速力度，以提高消费者对“双十一”网购的满意度。

今年年中，太平鸟位于慈溪的全新物流基地初步建成，今年“双十一”，这里的物流自动化设备可提升分拣速度，今年“双十一”，这里的物流自动化设备可提升分拣速度，今年“双十一”，这里的物流自动化设备可提升分拣速度。博洋今年6月份交付的8万平方米嘉善物流仓，使用自动化流水线及WMS系统，有效回避了大订单爆发期的风险防控；流程改造和系统优化大幅改善搭配各项指标，物流成本大幅降低。(记者 张正伟)

活动。其中8家企业参加天猫国际与宁波跨境贸易电子商务进口基地合作开展的“双十一”商品促销活动，活动期间交易订单将达70万单，货值约1.6亿元人民币。

跨境母婴电商蜜芽宝贝在国内首创母婴品牌限时特卖概念，“双十一”促销商品按受欢迎程度和不同品类分为十二个“分会场”，其中人气最高的当属“跨境保税专区”商品。“从宁波保税区发出的日本进口纸尿裤订单量预计占品类订单量的30%以上。”蜜芽宝贝CEO刘楠告诉记者，目前，蜜芽宝贝在宁波保税区内跨境贸易吞吐量排名居首。

本土跨境电商平台正正电商“双十一”期间准备了美国COSTCO、台湾统一、泰国免税店等16家海外优质商家商品，产品包括母婴类、食品类、保健类、化妆品等；跨境电商生活馆在天猫国际上的三家店铺将参加“双十一”活动，目前已经备货3000多万元，涉及29种不同品类。此外，锦伯国贸、宝贝反斗城等宁波跨境电商企业都将在天猫国际上开展大力度的促销活动。

“后方支援”保障十足

上个月，江东E淘园请来杭州悠可、GXG电商运营部负责人为园区参加“双十一”活动的企业讲授代运营、宣传推广、摄影美工等知识。今年初以来，市电商办组织协会、企业、培训机构资源，为解决“双十一”最后一公里配送和提高消费者购物满意度提供全面保障。

目前，我市主要品牌快递企业已新增分拣、收派员7000余人，新增分拣场地10万平方米，新增运输车辆2200多辆。为了应付激增的业务量，市电子商务促进会、研究院等召开了多场电商人才招聘会，市电子商务公共服务平台也将在“双十一”期间为全市电商企业提供更多第三方专业服务。

今年“双十一”，为方便全市人民，尤其是农村地区居民网络购物，市贸易局加快了“电子商务进万村”步伐，目前新增500个农村电商服务点，并联合市人民银行，推出农村电子商务支付服务。此外，还与市场监管、商检、质检等部门一起，建立消费者网购纠纷处置机制。

为了应对“双十一”到来的大量包裹，宁波保税区跨境专用仓库由1.2万平方米扩容至2.2万平方米，并专门配备了1.7万平方米联动仓库。专用仓库内全部采用立体高位货架，并安装了3架打包复核台，采用“分拣—装箱—打包—一面单贴制”流水线式打包流程，打包效率提升一倍。



“一家两制”的实质就是官商勾结

□张 引

中央巡视组第二轮巡视的反馈意见，前不久陆续公布，其中出现的一些表述，让公众关注，如“山头主义”、“圈子文化”、“能人腐败”、“封闭式权钱交易”等。作为浙江百姓，我尤其注意对浙江的反馈意见中提到的“一家两制”。

“一家两制”的提法上世纪90年代就有。按照当时民间的说法，所谓的“一家两制”，指的是夫妻两人中，一人在行政机关或国有企业事业单位工作，另一人在民营企业从事经营管理，然后互相勾结，化公为私。当时曾经查处过一个案件：一对夫妻，男的在私营公司当老板，女的在国有企业当经理，两

人串通一气，以多种名目把国有公司的资金打入他家私人公司的账上，给国有企业造成巨大损失。利用“一家两制”搞赤裸裸的犯罪在当时还是少数，更多的是借机搞国家、集体的油，如把国企的上游或下游的生意，悄悄转让给自家办的私企去做，挪用国企资金作为私

人串通一气，以多种名目把国有公司的资金打入他家私人公司的账上，给国有企业造成巨大损失。利用“一家两制”搞赤裸裸的犯罪在当时还是少数，更多的是借机搞国家、集体的油，如把国企的上游或下游的生意，悄悄转让给自家办的私企去做，挪用国企资金作为私企业务活动的经费，让国企支付应由私企支付的费用等，从而中饱私囊。中央一位领导考察江苏华西村时，吴仁宝在汇报中就谈到：“华西只搞‘一村两制’，不准干部搞‘一家两制’。”华西村的这个做法，得到了中央领导的赞同。

这类“一家两制”，随着国有、集体企业的转制改革，逐渐减少，

但在尚未转制的国企或国企控股的企业中，远未绝迹。而另一种“一家两制”，则逐渐兴盛起来。一个家庭，成员中有的在体制内担任公职，有的在体制外从事经营活动，形成一个利益链条。体制内的人通过掌握的公权力，为体制外亲属的生产经营活动提供“帮助和支持”，体制外的人则通过金钱的力量，为体制内亲属的升迁、调动提供便利，以便攫取更大的利益。中央巡视组第二轮巡视提到的“一家两制”，所指的就是这一种。这类“一家两制”最大的特点，是从公利向私利输送更加便利、隐蔽，效力更高。因为家庭成员本来就是利益共同体，更能“心往一处想，劲往一处使”。

也许是为了堵住“一家两制”这个缺口，中央曾经作出规定，省部级领导的配偶、子女不得在其管辖的范围内经商办企业，但实施效果不佳。因为这个规定至少有两个漏洞。只限定省部级官员远远不够。从这两年反腐败实践来看，省部级及以上以下的如县处级、乡科级甚至村官的“一家两制”现象，更为普遍和严重。只限定“管辖范围内”也很容易让人想对策。网络技术不断发展，利益输送的渠道已经可以超越国界，何况省界、县界、乡界、村界。但如果规定所有政府官员的全部亲属不能在这个地球上经商，又不合理。而且，即使禁止全部官员家属经商，使他们搞不成“一家两制”，他们也照样可以通

过官商勾结，实现化公为私的目的，就像现在不少企业重用官员亲属以获取更多便利一样。究竟怎么做才能预防和制止“一家两制”现象出现呢？在百度上输入这个问题，它的回答是：只有用制度来约束。这个答案没有错，但太过笼统。我的想法是，限制官员的权力边界。官商勾结，双方有责任，但矛盾的主要一方是有权的官员。“官”的权力行使受到严格限制和严厉监督，“商”即使再有强烈的“利益最大化”欲望，也无计可施。所以，只有完善约束权力的制度，包括权力边界清晰、权力行使透明、权力监督让群众广泛参与，“一家两制”才没有作恶的空间。

不弃微小，方成善政

□江 海

积极扶持“小微企业”发展、管住农村“小微权力”、用活理论宣传“小载体”……今年下半年，《宁波日报》先后推出了几则以“小”为题、“小”中见大的鲜活报道，犹如新闻盛宴中几道“色”、“香”、“味”俱佳的“宁波特色菜”，让笔者回味无穷。

先说余姚的理论宣传“小载体”。余姚市立足“小载体讲大道理”，成立“小板凳”、“小讲坛”、“小喇叭”、“小评议”等十个“小载体”特色宣讲队，组织开展形式多样的宣讲活动，累计为基层宣讲8000余场次，受众42万余人次。前不久，余姚“小载体”宣讲团被中宣部评为12个“全国基层理论宣讲先进集体”之一。

再说我市对农村“小微权力”的监管。我市对农村“小微权力”运行进行确权 and 细化，明确“权力清单”，解决村级领导干部纪检信访量大的现实问题。通过合理限权、标准配权、规范用权和公开晒权，真正“还了村干部一个清白，给了群众一个明白”。

更值得一提的是，还有我市对“小微企业”的扶持。今年我市紧扣“小微企业”的需求，量身定制了涵盖税费减免、资金支持、融资服务、资源配置、公共服务等方面34条扶持政策，全方位支持企业“小升级”（小微企业转型升级为规模以上企业）。良好的政策效应，助推一批新的企业成长之星脱颖而出。我市有50家企业上榜省级“小升级”成长之星、15家企业上榜省级“创业成长之星”。

上述三条新闻，分别涉及党的理论宣传、基层党风廉政建设和对小企业的帮扶问题，看似没有多少关联性，实则共同揭示一个深刻的道理——一个地方政治、经济、文化、社会等各个领域的发展，在谋篇布局、顶层设计、政策制定时，既要善于“大思路”、“大战略”、“大规划”，也要善于从小处着手，抓早抓小、落细落小，小中见大、以小促大。

抓小的好处是显而易见的。比如，有了好的政策环境，“小微企业”也能创造大业绩、取得大发展，为地方的就业、税收作出大贡献；管住农村“小微权力”，有利于改善“大民生”，促进社会“大和谐”，赢得群众大力拥护和支持；用好用活理论宣传“小载体”，就能搭建“大舞台”、讲好“大道理”，凝聚“大共识”。

合抱之木，生于毫末。九层之台，起于垒土；滔滔江海，源自涓涓溪流……生活的哲学告诉我们，事物的大与小是相对的。没有小，也就无所谓大；离开小，大就没有了基础。某种意义上说，对待“大”与“小”的态度，何尝不是执政理念、视野、胸怀、能力的试金石呢？

不容忽视的是，过去有的地方急功近利，不顾发展实际，片面追求大投入、大开发、大建设、大产能，结果事与愿违，留下不少遗憾和败笔。两相对照，我们该有所警醒：不弃微小，方成善政。

区域教学“同步化”值得商榷

□俞 洲

今后，海曙区同一学区内各小学的区别会越来越小。因为从这学期开始，该区将实行学区教师共同体管理模式，以后同一门学科，各校教师将共享一个教案，课堂进度、作业布置也将保持同步（11月6日《宁波日报》）。

教师是学校的第一教育资源。海曙区建立“开放与合作”型学区教师学习共同体，改“单兵作战”为“合力协作”，可谓抓住了区域教育均衡发展中的“牛鼻子”和关键点。作为一种创新模式，“学区教师共同体”有助于教师在互助中提升专业水平，值得肯定。但笔者以为，教育均衡化并不等同于教学“同步化”，过度追求区域教学“齐步走”，结果可能有悖初衷。

朱熹说：“夫子教人，各因其材。”教育教学活动不是物质生产流程，可以按照一定标准批量复制。教师面对的学生千差万别，只有正视不同班级的不同学情，才能有的放矢，精心选择适合本班学生特点的最优化教学策略。名校名师的教育理念、教学方法、教学设计确实值得学习和借鉴，但这些成功经验在其他学校、其他班级的学生身上未必能见效。强

令各校老师共享一个教案，课堂进度、作业布置保持同步，无异把课堂当车间，把学生当产品，把复杂的教育教学活动简单化、机械化，有悖于因材施教的基本教育原则。

而且，追求学区教学的“同步化”，在实践中并不具可操作性。其一，教师的教学行为是一种个体活动，行政力量介入意图使其程式化，有点一厢情愿。教案可以强令共享，课件可以强令统一，但能否得到真正执行，主动权在教师手中。俗话说：一千个教师成就一千个课堂，就是这个道理。其二，校际之间、班际之间的差异很容易导致“同步化”落空。试想，当教学过程中遇到目标达成度不高、一定数量学生难以掌握的问题时，究竟是调整进度、查漏补缺，确保目标达成，还是不计后果，维持原定计划，以确保“同步”？

真正意义上的学区教师共同体，必须打破教师身份的校际藩篱，实现区域内的统筹管理，并根据均衡配置的实际需要进行适当流动，这有赖于教育体制和教师队伍管理机制的改革。如果不在这两方面探索创新，而只满足于形式上的“同步化”，很难真正实现教育均衡的目标。



谨防“双十一”变成伪劣商品狂欢节

□吴应海

质检总局小小一招，给今年的疯狂“双十一”泼了一盆冷水，以“神秘买家”方式抽查了主流电商502个批次七类产品，发现竟然有近三成不合格。皮鞋、毛绒布制玩具、休闲服装等7种产品的不合格产品检出率均在30%以上，其中不乏名牌大牌身影（11月9日《钱江晚报》）。

“双十一”的亮点在于以超低价促销吸引消费者。今后“双十一”疯狂打折的趋势或会继续，甚至可能愈演愈烈。可谁曾想到，在电商的所谓“严格管理”下，在入

驻商铺的信誓旦旦下，竟然有这么严重的以次充好现象。如果再不实施有效监管，加大对违法经营者的查处力度，那么“双十一”就会成为假冒伪劣商品的狂欢节。到头来，不仅消费者的权益受到侵犯，“双十一”这一“品牌”也会黯然失色，电商平台、网店同样会深受其害。

但监管好网店，让它们在“双十一”这类促销活动中循规蹈矩，诚信经营，绝非像管理实体店那样简单。网店的商品一般在店主与消费者之间流动，消费者由于缺乏

专业知识，很难发现问题。因此，监管网店促销商品的质量，需要创新方式。质检总局以“神秘买家”的身份抽检部分商品质量，是一个极好的示范。期望各级质检、工商、物价等部门行动起来，经常当“神秘买家”，并形成制度，让那些不诚信经营时刻警醒。

由于电商面广量大，单靠政府职能部门和电商平台进行监管，力量还不够，难以全覆盖。如果能将活跃在各大实体店中的“职业打假人”引入，形成一批“网店职业打假人”，无疑能给借促销之名欺骗消费者的商家以极大的震慑。当务之急就是，相关部门应尽快给予“网店职业打假人”以合法地位，鼓励、引导其打假的积极性。

硬度

何青云 绘