

他给81890算了一笔大账

——许义平《现代治理的公共经济原理》读后



张弓

中国社会出版社最近出版了许义平的新书，书名为《现代治理的公共经济原理》。日前一次朋友相聚，他送了我一本。

书还是有点分量的。全书300多万，40万字，分上下两篇，十一章43节。从头到尾粗翻一遍，感觉此书是对社会治理长时期研究以后所获得的成果，里面有大量的宁波社会治理案例，有很强的学术性和指导意义。

上篇的重点在社会治理，下篇集中对宁波独创的81890成立二十年来的总结与提炼。2005年，我曾经写过一篇评论，题为《81890会算账》。文章由头是时任中纪委书记吴官正来宁波考察，到了81890求助中心，与中心负责人胡道林的一段对话。吴问：“市民打电话求助要付费吗？”胡答：“热线24小时无偿为市民提供信息服务。”吴问：“你们的

费用如何解决？”胡答：“由政府拨款，每年80万元。”吴问：“这不会增加政府的负担吗？”胡答：“虽然政府每年要拿出80万元，但81890的加盟企业570多家，上缴的税收远远超过这个数字，仅去年一年就达1290万元，而且加盟企业还帮助政府解决了就业问题，从业人员超过16000人，其中下岗失业人员就有4900人。”吴官正听了连声称赞，“你们为老百姓办了一件大好事”（2005年8月3日《宁波日报》“张弓慢评”）。

时间过去了17年，今天，作为81890主要创始人之一的许义平，他的账算得更大了。他用了整整一章的篇幅，对81890服务供给的效率进行条分缕析，下面择其要者转述给朋友，从中大体上可以看出81890二十年来的巨幅。

先来看看经济效益。81890是个服务平台，而具体服务是由加盟企业实施的。由于一拨就灵，服务需求大量增长，随之，加盟企业数量增长，业务量上升，纳税额提高。书中统计的是2001年至2011年的数据。2001年，加盟的企业495家，到2011年达到840家；2001年营业额为3320万元，2011年达到90125万元，暴增27倍；从业人员也从4810人增加到31498

人，增长6.5倍；加盟企业的年纳税额增长了9倍多，从208万元，增长到2014万元。

从上述数据中还可以看出，企业增加的量与员工增加的量及营业额的增长，不在同一个水平上，企业数量增幅低，就业人员增幅其次，纳税增幅最高，这说明，企业规模扩大，工作效率改善，对国家的贡献更大。

再来看看社会效益。81890最显著的社会效益是方便了人民群众。81890所服务的内容，五花八门，千变万化，满足了人民群众多样的、不断新增的需求。我在写相关的评论前，曾经亲自测试过它神奇的“灵”。有次从灵桥旁的宁波日报社旧址出来，想坐公交车去中医院，拨通了81890，服务人员的回答是——出门左转走100米左右坐附近的几路公交，到某某站下车，再转乘几路车到中医院。家里外孙女生病，需要一味焦糖，时值春节，商店大多关门，不知道哪里

有售，又试着打了81890，电话那头明确告诉，江东某某路某某药店开着，那里有售。女儿径直去了那里，真买到了。钦佩之余心中有个问号，这样细碎的信息是怎么掌握的（那时可没有职能地图）。后来为此事专门咨询了81890的胡主任，他给我介绍了他们独特的信息搜集机制。

政府的收益也是巨大的。直接收益是增加了税收，而且增加的幅度大大超过对81890的投入。间接的收益在我看来更有意义。政府部门尽管机构齐全，分工明确，可还是不可能事事包揽。群众生活中的一些需求，要么没有专门部门负责，要么需要几个部门协同配合才能处理，这就需要有一个什么都不管而又什么都管的部门（类似于“不管部”），81890就是这样

一个有中国特色的“不管部”。它不仅什么都管，而且管到底，极大地方便了群众。群众生活便捷了，心安气顺了，社会就和谐了。这个功劳当然会记在政府账上。

大家都认可这样一句话：实践是检验真理的唯一标准。二十年的实践证明，实践全心全意为人民服务的宗旨，至少在中等以上的城市里，需要一个像81890这样的“不管部”，帮助人民群众把生产生活中的大事小事难事处理好，使他们感到生活的轻松和城市的温暖。

许义平这部书，内容丰富，理论深邃，已被北京大学图书馆收藏，需要细细研读。今天就81890这部分说说读后感，供大家参考。

对「宾女」「劳男」事件的反思莫「跑偏」

明州论坛
——中国新闻专栏——

陆仁

人类与动物最大的区别，就在于思考。一些有典型意义的社会事件，往往会成为

促进人们理性反思的良机，进而推动群体性行为的“纠偏”和社会公共治理的进步。然而，前段时间的舆论场中，针对闹得沸沸扬扬的深圳某小区“宾女”（事件女主人公称“用50辆宾利堵车位”）战“劳男”（同事中男车主劳莱斯莱斯车占了女车主车位）事件的反思，却有带偏节奏之嫌。

“当干部（公职人员）的，在社会上一定要低调”，这便是针对该事件一种颇有市场的“高见”。持这种论调和观点的，包括有些媒体的“大咖”，以及不少体制内的同志。有人甚至搜罗历史、翻箱倒柜，搬出了“严书记夫人很生气”“我爸是李刚”等早已“拍在沙滩上”的陈年案例，苦口婆心、谆谆告诫，提醒广大公职人员和他们的家人，在外面一定要低调些、再低调些。似乎，那些“吃公家饭”的人，只有夹紧尾巴做人，低到尘埃里，才能在这个世界上立足和生存。搞得有些人信奉“狭路相逢宜转身”，路见不平，也不敢出手。有的时候，明明理直，仍然气短。

通过社会事件和典型案例，来教公职人员如何“说话”、如何“做人”、如何处世，固然有其现实意义，但很显然，这样的反思，只是停留在问题的表象，并没有抓住本质和要害。换言之，“身正不怕影子斜”，“君子坦荡荡，小人长戚戚”。公职人员作为社会大家庭中的一员，只要秉公守法，遵守公序良俗，站得直、行得正、坐得端，又有什么好心虚的呢？

对于公职人员而言，真正需要反思的，是自己的从政、从业、履职行为。如果你能够“两袖清风，一心为公”，坚持原则、守住底线，洁身自好、与人为善，自然就有了做人的底气。反之，人前人后不一样，台上台下不一样，唱的是“廉政歌”，干的是“龌龊事”，即便包装得再完美，“调门”放得再低，也无济于事。事实上，这些年落马的贪官，有不少平常行事风格是非常低调的。本就不“干净”，却想靠低调求得一世平安，那是“烧错了香，跑错了庙”。

“富人，千万别露富和显摆”，这是针对该事件的另一种“醒世恒言”。这次“宾女”战“劳男”事件，原本不过是小区邻里间的车位使用权之争。然而，舆情的发酵和反转，确实与一个“富”字密切相关。比如，“50辆宾利”“劳莱斯莱斯”“巴黎世家”，以及价值上千万元的公寓，等等，这些元素莫不与财富关联。在很多社会事件中，财富，成了主导社会情绪、影响事件发展的“风向标”，其中的某些细节和线索，一经“扒出”，见了光，便成了媒体、公众追逐的焦点，并由此成了广为传播的“通行证”。“宾女”“劳男”事件，就是这么来的。

其实，从本质上讲，无论是穷人，还是富人，都有自身的合法权益，也都有通过法律的手段，来维护自身合法权益的权利。换句话说，在一个成熟的法治社会，人人都应从法律的角度，来伸张公平正义，来维护、保障自己的合法主张和利益诉求。既不能以富唬人，以势欺人，也不能“谁弱谁有理，谁惨谁有理”。回到“宾女”战“劳男”事件本身，最终还是要靠法律的手段，来仲裁车位的归属和使用权利，而非“宾利”“劳莱斯莱斯”，抑或是其他方面的因素。信法守法，办事依法，有事找法，善于从法律层面来分析和解决问题，才是正道。

“锣鼓不敲不响，理不辩不明”，现实生活是一面很好的镜子。理性的反思，能够带来更多理性的行为；非理性的反思，只会助长更多非理性的行为。深圳这场因公寓业主与住宅业主车位之争引发的舆论风暴，渐趋平息。相信不出多少时日，人们就会把它淡忘。然而，围绕这一事件的理性反思和探讨，或许还可以更持久、更深入一些。

站得直、走得正，就经得起网络审视和组织调查

朱泽军

据6月15日《齐鲁网》等媒体报道，在一起有争议的行政执法案中，黑龙江哈尔滨市松北区交通运输管理站执法人员佩戴名表被曝光的网友发现，引发热议。6月15日，哈尔滨纪委回应，已接到许多市民举报，其所戴手表为劳力士绿水鬼，价值14万元，目前正在调查。

这些年来，时不时有官员因穿戴名牌衣物、高级手表、豪华皮带、着高档皮鞋或抽高价香烟而被有心

人举报。有的官员还真经不起组织审查，牵出了大问题。如，著名的“表哥”事件。十多年前，陕西省延安市发生一起特大交通事故，时任该省安监局党组书记、局长杨达才亲临现场。因杨在惨烈的车祸现场面带微笑，引起人们强烈不满，他先是陷入“微笑门”，再后来被网民扒出在多场合频繁配戴款式不同的名贵手表，总价值数十万元。随着纪检部门介入，杨达才最终因犯受贿、巨额财产来源不明罪，获刑十四年。被网民戏称为“天价烟局长”的原南京市江

宁区房产局局长周久耕，在某次会议中，他在桌上随意摆放的150元一盒的“天价”香烟，引发社会舆论关注。纪检部门一番深挖细究，他被送进了监狱，并以受贿罪被判有期徒刑十一年，没收财产人民币120万元。

公职人员能不能使用奢侈品，是否消费得起奢侈品，笔者认为，不宜以偏概全。比如，有的公职人员对某名牌情有独钟，但是在其他方面节俭收缩，十多万元的所谓奢侈品，也不是说一定消费不起。然

而，作为由纳税人供养、代表国家行使公权力的公众人物，公职人员除需要在艰苦朴素、勤俭节约方面做好表率，还要经得起各种检验与质疑。在组织上进行调查时，应当如实报告。例如，所穿戴或使用的某名牌，实质是低价高仿品，或者是自己节俭用的积蓄所购，等等，把情况说清楚就好了。总之，只要自己站得直、走得正，就不怕被曝光，就经得起“万众瞩目”的网络审视和组织的调查。

还剩一周！“嗨购中东欧”消费券余额不多了



▲在中东欧国家特色商品常年的台前等候核销消费券的市民

▲品味中东欧（日用食品礼盒套装）

放金额追加，发放频次从原来的每周五调整为每周二、五，每人每次可领取两张。

“原价8780元的捷克金箔钻石白酒酒具，抢到爆款券后只要668元。这套酒具真的很华丽啊！自己收藏或者当作礼物都非常合适。这个我关注一个多月了，前几次都没抢到，今天一早蹲点半小时终于抢到了。中午就马不停蹄来核销了，顺便再看看有没有别的好货，把几张满减优惠券也都用掉。像tescoma的炒锅、红酒、面膜什么的都非常划算。”市民王先生推的购物车已经被中东欧商品塞得满满当当。为促进更多中东欧优质商品进入国内消费市场，“嗨购中东欧”消费券再度加码，爆款券投

放金额追加，发放频次从原来的每周五调整为每周二、五，每人每次可领取两张。最近一段时间，中东欧国家特色商品常年的台前几乎每天被前来核销消费券的市民“包围”。“真的太划算了！”前来核销消费券的包女士说，“每次抢券我们都是全家出动，老爸老妈儿子一起上。你看我抢到10元钱一箱的进口牛奶、1元钱的威化饼干、1元钱的洗洁精、5元钱的咖啡，还有5元钱的啤酒，这些都是日常必需品。”

据了解，本轮发放的爆款券分“1元”“5元”“10元”“20元”“30元”“68元”“118”“168元”“268元”“368元”“668元”等十几种面值，一共包含43款爆

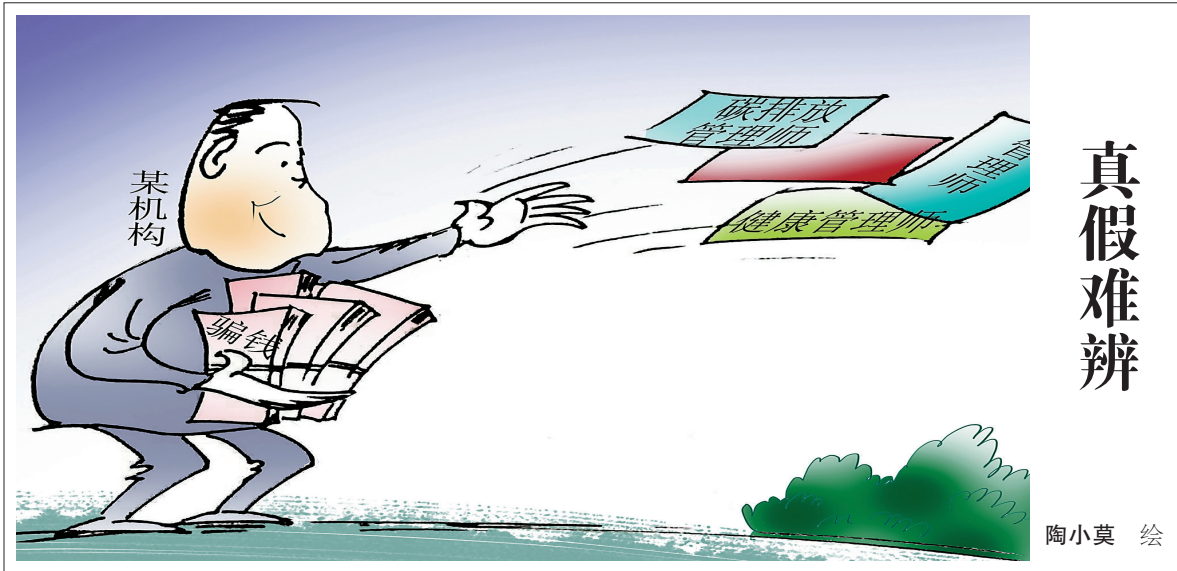
款商品，从食品到生活用具，满足市民朋友的各种需求。其中最亮眼的当属日常价440元、券后入手只需168元的“品味中东欧”（日用食品礼盒套装）和日常价590元、券后入手只需118元的中东欧牛肉礼盒了。

“现在最抢手的就是我们的牛肉了，我们这次一共备了168元15斤和118元10斤两种规格，168元15斤牛肉礼盒的已经被抢光了，还剩118元10斤牛肉的礼盒，下手真的要快，基本上是秒杀的。”中东欧国家特色商品常年馆工作人员徐雨波说。

最后强调：每周二、五中午11点，市民只需登录云闪付APP，点击首页“市消费券”，找到“中东欧专区”版块，即可领取消费券。其中爆款券仅限线下中东欧国家特色商品常年馆即宁波国际会展中心9号馆使用。活动截止日期为6月23日，这就意味着广大市民还有6月17日、6月21日上午11点的两次机会抢爆款券，消费券余额真的不多了！



市民正在捷克欧拉水晶馆提货



真假难辨

陶小莫 绘

投异物男生和牛磺酸泡腾片，究竟谁害谁

罗志华

近日，上海外国语大学一名男生在图书馆向一名女生的饮料中投入异物一事，引发广泛关注。投放异物者为该校21岁的男生尹某某，他向女生咖啡中投放的系半片牛磺酸泡腾片，该泡腾片从网上购买。目前多数以低俗色情内容为封面宣传的牛磺酸泡腾片，已在多家电商平台被下架。因行为情节严重，影响恶劣，校方已按程序给予尹某某开除学籍处分。同时，根据党规党纪，取消其预备党员资格（6月15日中国新闻网）。

牛磺酸泡腾片因为这起事件不得不得从电商平台下架，销量或将大受影响。因此，该商品的生产厂家和经销商有责任责怪这名男生，倘若他不做如此卑劣的行为，厂商也不至于陷入目前的处境。从这名男生的角度来看，落得如此下场，想必他也懊悔不已，并且也可能在

责怪销售牛磺酸泡腾片的网店。因为牛磺酸泡腾片只是一种固态运动饮料，属于保健食品范畴，有缓解疲劳、镇痛、解热等作用。但很多网店以低俗色情内容为封面宣传牛磺酸泡腾片，有的甚至标上“情人迷”“情人媚”等商品别名。事后记者在网购买这种商品时，商家以“催情”为噱头推销，也证实了这一点。这样的宣传和营销手段极易对消费者形成误导。

当然，这名男生不能因为网店存在虚假宣传行为而开脱责任，因为只要他向女生杯中投入异物有不可告人的目的，那么，即使相关网店没有对其形成误导，他仍然可以将其物质投入女生杯中。投异物男生和牛磺酸泡腾片究竟谁害谁，值得探讨，但有一点可以肯定，两者事实上存在相互坑害，双方的下场，均属咎由自取，怪不得别人。

也就是说，这起事件要从两个维度来看待和处理。其一是向女性

杯中投放异物的维度。这种现象在过去偶有发生，对女性的安全构成严重影响，让一些女性不敢在外消费。因此，对于不怀好意的投放异物行为，以及“催情药”“春药”“迷奸药”等非法商品，必须强化打击与监管。对女性的尊重，体现男人的胸怀和文明的程度，两性真诚交往才是幸福之源，一些头脑里仍对女性存在类似猥琐想法的男性，应借此机会进行反思和思想净化。

保健食品、药品夸大营销等现象，是看待和处理此事的另一个维度。有些保健食品、药品不仅夸大宣传，而且还将“催情”“迷奸”等低俗色情内容和违法犯罪行为当作营销噱头，对此也应给予坚决打击。牛磺酸泡腾片下架不是终点，对其此前存在的过度宣传和非法营销等行为，也应加以追查和追究，让投放异物的人和物付出相应代价，才能还这名女生以公道，也让其他女性更有安全感。

招租公告

位于菁莪嘉座37号、38号、39号，宁慈东路505弄108号1-1、2-2、2+1-1进行公开招租，面积：2058.83平方米。用途：净菜超市。租赁期限8年。招标公告详见宁波市公共资源交易网江北区分局。
宁波市江北区人民政府庄桥街道办事处

让绿色走进生活

“文明健康·绿色环保”公益广告
宁波市文明办