



您现在的位置: 首页 >> 学术专栏 >> 党校理论研讨

关系与纽带：政府与社会合作治理下党组织功能定位——基于义乌“市场党建”成功实践的理论启示

发布日期：2009/02/10 提供单位：信息办

周松强

改革开放后，随着我国社会经济结构转型的加剧，社会资源配置方式以及人们生活方式的变化，“党的基层组织在组织结构、功能体系和政治作用等方面出现了明显的弱化趋势”[1]，这对我们党的执政能力与领导水平提出了严峻挑战。赋予基层党组织新的活力，以尽快止住基层党组织功能弱化趋势，已成为当前基层党组织建设一项迫在眉睫的课题。令人深究的是，社会转型期内，基层党组织生存与发展的空间到底在哪里？其功能定位该如何适应新形势新任务的要求？尤其是“新的经济组织与社会组织不断涌现，而这些组织的构建已不完全按照传统的组织构建原则进行，许多组织的存在并没有以党的组织建立为前提”[2]的背景下，基层党组织又该如何扎根于“两新组织”，并在其中全方位地发挥作用呢？本文试图运用西方新近兴起的治理理论，对义乌“市场党建”模式作一深入剖析，以期对新的历史条件下基层党组织功能转型与组织创新作出力所能及的探索。

多年来，义乌小商品城党委[3]坚持“一手抓市场繁荣建设，一手抓基层党组织建设”，着力于市场党建工作理念和方式方法创新，在政府与经商户良性“合作治理”过程中发挥了关键性的关系纽带作用，从而为市场党组织拓展了组织生存空间。义乌市场党组织曾两次被浙江省委授予“先进基层党组织”称号。2000年5月，时任中共中央总书记江泽民同志曾专门听取了中国小商品城党建工作汇报，并给予了充分肯定。

一、背景：政府与市场经商户合作治理陷入困境

纵观义乌小商品市场发展，经历了从政府放手发展、制订帮扶政策，再到营造环境促进发展壮大的过程，政府开明，放手扶持是义乌市场繁荣发展的一个重要的原因[4]。就发展战略而言，正是义乌政府的“有限与有为”，与老百姓之间保持的这种良性合作与互动，成就了义乌经济社会发展的奇迹。但不可否认的是，就义乌小商品市场内部公共事务微观治理而言，政府与市场经商户间的合作治理还面临不少困境。一般而言，政府与社会间“合作治理”的有效开展，以达至“善治”[5]，必须同时满足以下三个条件：即政府对社会的充分放权，公民社会的充分发育、自主能力的不断提高，公民社会与政府间沟通、合作平台的创建。

（一）政府放权：“合作治理”制度空间的释放

作为全球规模最大的小商品批发市场[6]，义乌小商品市场一直存在着“三多一少”的问题：即经营人员多、经营商品多、外来客商多和管理人员少。目前，中国小商品城拥有商位5.8万个，市场直接从业人员20余万，经营着41个行业1900多个大类的40余万种商品，销往全国各地和出口212个国家和地区，常年居住在义乌的外来客商达万人之多，2007年市场成交额达460.1亿元。义乌工商行政管理局中国小商品城分局是义乌小商品市场的政府管理机构，正式在编人员只有50人，而且这里面还包括了内勤人员，

实际参与市场管理的工作人员只有20余人。

随着义乌市场规模的不断扩张，单靠政府工商行政人员来管理市场已远远不能适应市场快速发展的要求。规范市场管理，提升市场管理的质量，还必须从政府与经商户“合作治理”入手，从而实现政府少数人管理到政府与经商户“共同合作管理”的变迁[7]。正如义乌工商行政管理局中国小商品城分局领导所说：“政府对市场的监管力量毕竟是有限的，要规范市场个体工商户的经营行为，还必须从市场经营户的自身力量、自律力量入手。”[8]

就此而言，义乌市场管理部门有着充分的意愿“向社会放权”，这为政府与市场经商户之间开展“合作治理”释放了制度空间。毕竟，政府已越来越深刻地认识到：随着我国社会结构的不断分化，社会主体本身权利意识的逐步增强，政府与社会间“合作治理”将势不可挡，单纯地以“政府统治”为特征的传统治理模式[9]将难以为继。

（二）“合作治理”伙伴：个体经商户的碎片化与群体内聚力的不足

正如上文所述，在义乌有一支异常庞大的市场经商队伍。他们来自五湖四海，个体之间的差异显著，人员素质参差不齐，成份异常复杂。截然不同的民族、区域、宗教文化特征，以及义乌市场独具特色“划行归市”[10]经营体制环境导致的经营户之间天然的竞争对立情绪，种种原因造成了义乌异常庞大的市场经商户群体依旧处于原子化分裂状态，无法形成凝聚有力的市场共同体。并且，广大经商户本身都是追求个体利益最大化的理性“经济人”，在参与市场内公共事务治理时，在参与有可能涉及公共利益纠葛的集体行动时，很容易产生“搭便车”行为[11]，从而破坏了个体经商户之间的良好合作与信任。更何况，中国的传统政治文化，向来就缺乏具有公民独立人格的公共精神培育[12]。

我们不得不承认，当政府满怀热情的向社会放权，积极寻求与社会“合作治理”时，却异常尴尬地发现政府合作治理伙伴的严重缺位，市场经商户远没有独立茁壮地成长为具有公民社会意义上的组织群体，远不能承担起政府“合作治理伙伴”的角色。正如徐勇教授所说的：“对于当今中国治理模式的转型来说，政府一方面固然需要向社会进一步放权，但另一方面还要承担起培育公民社会成长的重任，让社会组织的自主性、自治性能力进一步增强”[13]。

（三）“合作治理”平台：政府与经商户之间有效沟通、协调机制的不足

政府与社会之间合作渠道的畅通，平等协商、对话机制的建立是“合作治理”模式能够顺利推行的必要条件。但正如上文所述，在个体经商户群体还未成长为政府合格“治理伙伴”的条件下，两者间正常的沟通协商机制建设也略显不足。由此，当政府作出有关市场搬迁、扩建、行业调整等涉及重大利益格局调整时，不知所措的经商户们往往会以一种原始的、自发的，甚至是极端的方式表达个人的利益诉求，从而造成市场经营秩序的紊乱。比如说，2004年，国际商贸城二期市场搬迁时，篁园市场内经营日用百货市场的经商户们也很想搬迁到二期市场经营。1700多名市场经商人员自发地到市政府门前集会、上访，要求政府答应他们的要求，并且宣布罢市四天。正是因为政府与经商户之间良好沟通、协调、合作平台的缺失才使得类似群体性事件的发生。经商户们在平时都忙于自己做生意，一般都无暇顾及市场内的公共事务，但一旦有什么风吹草动时，又会显得理性不足，“只能沿用‘习惯’，寻求传统的‘上告’或暴力抗争等传统方式维护自己的利益。”[14]

综上所述，政府对经商户的放权，为“合作治理”的有效开展提供了制度空间上的可行性。但无奈于公民社会本身发育的不足，广大经商户们还无法承担起政府合作治理伙伴的角色，以及政府与经商户之间沟通、协调机制的不完善，最终使得合作治理陷入了困境。

二、基层党组织助力“合作治理”解困

正如前文所述，义乌市场的持续繁荣有赖于政府与经商户间的亲密合作，毕竟工商行政部门的市场监管力量是有限的，必须调动广大经商户的积极性，引导他们自觉、自愿地走上守法、诚信经营之路。问题的关键在于，政府与经商户之间有效“合作治理”模式到底该如何构建？令人关注的是，义乌市场党组织在帮助政府与经商户之间实现有效“合作治理”模式过程中，发挥了重

要的关系与纽带作用。

（一）党员行动：组织政府与经商户之间的积极沟通与协调

伴随着义乌经济社会的发展，义乌市场已经历数次搬迁。每一次市场搬迁，都是一次重大的利益格局调整。一些市场经营户们从自我利益立场出发，往往会与市委市政府意见相左。这个时候，党员们就要承担起政策说服者，教育者，和谐市场推动者的角色。市场主管部门先对党员经营户进行教育，让他们充分理解市委市政府的政策意图，然后再向普通经营户解释宣传，这样可以及时消解各种误会。并且，及时向经营户说明问题，也可防止各种小道消息与谣言在市场内部传播，从而在市场内部树立一种正气。况且，让党员出面为政府做工作，起到的效果可能会更佳。

另外，党员还承担起了经商户之间利益矛盾纠纷的协调，从而保证了市场的和谐稳定。由于市场经营户来自世界各地，语言、习惯、素质参差不齐，在经营中发生这样那样的纠纷磨擦在所难免。当经营过程中出现纠纷时，广大经商党员往往会以调解员的身份主动参与调解，化解矛盾，平息纠纷，保持市场经营秩序。比如说，2005年5月，来自开化的经营户张国英在宾王市场服装区与经营户吕某谈妥了摊位的租赁价格，并支付了200元定金。事后吕某因故不同意出租，引起纠纷。市场调解委员会委员、共产党员张文雄接到调解任务后，马上找双方当事人了解情况，指出双方谈妥了价格，支付了定金，已经构成口头协议，吕某应当履行。如确实不能履行的话，必须退还定金，并支付对方一定的补偿。最后，经调解，由吕某退还定金，并补偿人民币300元，使纠纷顺利解决。[15]

（二）党组织嵌入市场管理构架：领导与整合市场社会力量

正如上文所述，政府“合作治理”伙伴的缺位，即经商户群体自组织力量发育不足是导致“合作治理”陷入困境的重要因素。为了让众多经商人员能够和谐有序地参与到市场公共事务治理进程中去，义乌市场党组织着力于把处于原子化状态的经商人员组织起来。目前，在义乌市场党组织的积极引导与帮助下，市场经营户群体已建立了两类群众组织[16]，一类是群众团体，如妇委会（义乌市场内建有独具特色的女子民兵连队）、团委、禁烟小组、车辆整顿小组、安全生产巡逻队；另一类是社会团体，个协、商会、协税护税、保护名牌产品联合会、市场综治委（下设治保分会、人民调解委、义务消防队）等。通过把党组织嵌入到市场管理构架中去的方法，义乌实现了党组织对市场社会力量的领导与整合。义乌小商品城党委根据市场交易区设置党支部，注意考察吸收本交易区内的经商能手、市场管理骨干分子吸收入党以壮大组织力量，更为重要的是，“经过法定程序将党员推荐到各类群众组织中去担任相应领导职务，从而使党组织管理与市场管理间实现无缝链接。”[17]

（三）党员道德示范：治理主体间信任关系的建立

政府与社会合作治理网络体系能够顺利运行，依靠的是“存在于公民社会中的社会资本力量，依赖于各参与治理主体之间的相互信任与积极合作的态度。这已经成为治理过程中资源分享、组织间协调、有效沟通，伙伴关系形成的内在道德基础。”[18]当然，“在一切支持合作的因素中，道德是最有效的支持力量，因为只有道德才能在行为主体之间建立起真正的信任关系，进而增强合作的有机性。”[19]

由此，义乌市场的持续繁荣，有赖于经营户们个体道德素质的不断提高，在日常经营活动中能够自觉自愿地守法、诚信经营。然而，道德建设不可能一蹴而就，需要有一个好的示范群体成为经营户们学习效仿的榜样，从而告诉大家道德上应当怎样做，不应当怎样做，市场党员经营户理所当然地成为了市场内的道德示范群体。党员经营户的道德觉悟之所以能够高于普通群众，是因为之前他们已经历了党组织异常严格的考验。义乌市场党委为了在市场经营户中做好党员培养、发展工作，始终坚持“高标准、高要求、高门槛”三高原则。任何一位入党考察培养对象不仅要在市场内公示，还要回户籍所在地公示，公示完后还要通过十个政府相关部门[20]的联审，在这其中的任何一个环节出现了问题，都有可能被党组织拒之门外。正是这种高标准、严要求，才保证了每一

位党员经营户都能够成为市场内道德实践的示范者。

正如林尚立教授所说的：“要加强党的基层组织与社会的联系，拓展其社会公共性和公益服务性，就要让基层组织的活动与党员的道德实践联系起来，从而使基层组织成为党员服务社会、实践道德、净化自身的组织”[21]。在义乌市场里面，几乎有一个惯例，只要在市场里和社会上有什么灾情发生，或某个家庭某个人碰到有什么急难事，就会听到党组织的声音，就会看到共产党员们感慨解囊的善举。比如说[22]，2004年12月26日，印度洋发生强烈地震并引发海啸，给东南亚等许多国家的人民带来严重灾难。当这消息在新闻媒体传出后，中国小商品城党组织立即行动，会同市场各管理部门，联合向市场经营户发出了“爱无国界，为印度洋海啸灾难捐款”的倡议书。于是，市场共产党员积极带头献爱心。市场第10党支部书记何海美，一次就捐出5000元。不到两天时间，市场经营户们就捐出285601元钱。2004年岁末三十日晚上，一场大火突然降临到了丈夫刚刚病世不久的中国小商品城经营户骆青芳的头上，商品仓库被烧，损失惨重。市场第5党支部马上派出5名党员，代表支部送去党员们捐出的慰问金和慰问品，并进行慰问。近年来，广大经商党员参与“扶贫助学”、“抗洪赈灾”、“春蕾计划”、“结对帮联”等各项社会公益活动，共捐款捐物达700余万元。

市场党员通过自己的道德实践活动，既赢得了政府的信任，也赢得了普通经商户的信任，从而为党组织在政府与经商户“合作治理”运行过程中关系纽带作用的发挥，进行了有力地“社会资本”投资。

三、道德激励制度与党员主体行动的可持续性

党员主体行动是基层党组织功能绩效发挥的关键，市场内党员主体的行为性质往往具有浓厚的伦理道德示范意义，对党员个体道德素质往往有着很高的要求。为了保证党员主体行动的可持续性，义乌市场党委着力于加强党员道德激励制度建设[23]。道德激励的出发点在于人的正当需要，并且对于不同的需要应采取不同的激励方式。由于人的个体差别及其所处的社会地位和环境、条件的不同，每个人实现各种需要的强烈程度存在着较大的差别[24]。就此而言，市场经营户阶层就是个比较特殊的群体。一方面，他们的经济地位比较高，属于先富群体，可以说个个都是老板；另一方面，他们的政治地位比较低，有人曾经形象的说：“只要带个‘长’的都可以来管他们”[25]，以至于市场经营户阶层有着强烈的受他人尊重的心理需要。由此，加强市场党员经营户的道德激励机制建设，最有效的方式还应从满足他们精神层面的需求入手。

（一）强化党员身份意识：“共产党员”挂牌经营制度

1987年，义乌市场党组织作出决定，凡在市场经营的共产党员，一律在其摊位上悬挂“共产党员”牌，让他们把党员身份亮出来，在经营活动中接受监督，在接受监督中进行党性锻炼。党员挂牌经营的做法当时在社会上引起强烈反响，开始有一些经商党员想不通，觉得不自在，后来也慢慢地转变了看法，如今已经把挂牌视为一种无上的荣耀，同时，又当成一种沉甸甸的责任，在经营中时时刻刻按照一个党员的标准要求，做到守法经营，诚信经营。比如说[26]，经销塑胶配件的叶福有，是商城中第一批挂上“共产党员摊位”牌子的经营户。这位有着30多年党龄的老党员深有感触地说：“这块牌子时刻提醒自己：我是一名共产党员，一定要在各方面起模范带头作用，要用自己的言行来影响带动周围群众。”商城工艺品11235摊位摊主董明新指着“共产党员摊位”对笔者说：“这块特殊的牌子，不仅鞭策自己做遵纪守法的带头人，还要求自己时刻树立为人民服务的思想，为繁荣市场、弘扬正气出力。”在共产党员的带动下，小商品城内的一批经营户富而思进，纷纷要求加入中国共产党。经营针棉织品的骆文浩的摊位上“共产党员摊位”的牌子鲜红崭新。这位今年刚转正的新党员言词恳切：“共产党是为人民谋幸福的伟大政党，能成为其中的一员，我感到很光荣。”旁边的经营户朱伟林告诉记者，他已递交了入党申请书，并盼望自己的摊位上能早日挂上“共产党员商位”的红色牌子。同时，挂牌经营是针对部分党员不愿亮明党员身份、自我要求不高、脱离群众监督采取的一种有效监督措施。

（二）提升党员社会地位：党员威信树立制度

其一，帮助党员经营户在群众中树立威信，让他们得到大家的尊重

在日常生活中，党员经营户特别希望得到他人的尊重和认可。由此，市场主管部门也力求通过各种有效手段来树立党员经营户在群众中的威信。比如说，市委市政府在市场建设方面有什么重大决策出台时，市场主管部门都会先通知党员经营户来开座谈会，充分听取他们的意见。而党员经营户在去开会前，又会积极地去询问周边的经商户，充分征求他们的意见。这样，他们在群众中的威信也一下子树立了起来，因为老百姓觉得党员经营户是接近核心决策层的。再比如说，市场里面有什么重大信息需要发布时，市场主管部门会让党员先知道，然后由他们去把相关信息传递给普通经营户，这样群众就会更加尊重他们。另外，群众如果有什么问题，也必须通过党员向市场主管部门反映，或者由党员去找政府相关部门协商解决。如果这些问题因为他们的努力顺利得到了解决，那他们在群众心目中的地位与威信也无形中被树立了起来。

其二，多给党员经营户一些抛头露面的机会，以提升他们的正面社会形象

党员经营户为了在群众中树立比较正面的社会形象，从公众中获取较高的道德评价，一般都比较喜欢抛头露面，以充分获取公众的好感，从而提升自己在群众中的可信程度与受欢迎度。为此，义乌市场主管部门也是千方百计地为党员经营户提供各种抛头露面的机会。比如说在市场里面搞捐款，往往都会叫上电视台、报社等新闻媒体记者，让电视台的镜头对准捐款箱，谁捐多少在全市人民面前看得一清二楚。如果第一个人捐了一千块，那么后面的人只会比这个数字多不会少。“党员经营户做了好事，就要及时给他们宣传报道”。[27]

其三，多让党员经营户担任一些职务，以提升他们的社会政治地位

正如上文所述，市场经营户群体的一个显著特点即是其经济地位与社会政治地位的不相称。曾有细心人士观察发现，在一些经营户的名片上，其头衔之多甚至需要正反两面才能印得下，这正好说明这些市场经营户群体的底气不足，缺乏自信心，他们急需利用这些头衔来提升自己的身份，提高自己的筹码。就此而言，市场上要选举一个小小的个体劳动者协会的小组长，都面临激烈的竞争，也不足为奇了。为了提升党员经营户的社会政治地位，市场主管部门会优先考虑他们来兼任市场里面各种社会团体与人民群众的职务。

（三） 组织结构创新：竞争激励机制与党员集体荣誉感

义乌市场的经商户来自五湖四海，身份十分复杂。这些经商户中有不少是党员，他们忙于走南闯北搞经商，有的口袋里揣着组织关系却找不到“娘家”，成了“离土、离乡又离组织”的隐性流动党员。久而久之，放松对自己的教育管理，就会淡忘自己的党员身份，个别意志不坚定的党员甚至会走向反面。由此，义乌市场党委坚持哪里有党员，就在哪里建立党的组织。把这些犹如“珍珠”散落在商海中的流动党员，通过组织这根“红线”把他们串起来。

按照“区域相邻”、“属地管理”的原则，根据市场空间地理格局，义乌市场党委对市场党支部的组织框架结构体系进行了技术创新。“整个义乌市场共有21个交易区，我们就在每个交易区内设立一个党支部，而且还与市场管理体制相对应。把个体劳动者协会、党支部、工商管理组织三个组织都结合在一起，这样就把交易区一级组织的框架给突显出来了，由此也产生了各交易区党支部之间的比较竞争效应。比如说，我们在市场内搞捐款、党的知识竞赛、法律知识竞赛等活动时，21个交易区的情况可以一目了然的比较出来，哪个交易区好哪个区差一目了然。我们的交易区设置又是与行业相联系的，平时见面交流的机会本来就较多，人本来就有一种天然的本位主义，在各党支部之间竞争激励机制效应的作用下，大家的集体荣誉感、自豪感自然而然地就被激发出来了。”[28]同时，这种竞争激励机制的发挥，也是能够最大限度地发挥党员主体的行动积极性，从而达到了预期的制度绩效目标。

四、结束语

浙江是个市场大省，截至2006年，浙江省共有商品交易市场4064个，市场成交额达8247亿元。专业市场[29]在浙江市场化和农村工业化进程中曾起过重大作用，至今仍在发挥独特的功能。规范市场主体的经营行为，保证市场持续健康繁荣，市场党组织可以发挥无可替代的功能和作用。让基层党组织在专业市场这样的新型经济组织形态内扎根与发展，已成为当前“两新组织”党建工作研究领域一项长期而又紧迫的基础性工程。义乌市场党建的成功经验与做法对专业市场党建工作开展有着重要的现实借鉴意义。当然，鉴于全省各地专业市场发展的政治、经济、社会、文化生态环境的差异，义乌“市场党建模式”能否异地移植问题，有待于研究与探讨。

（作者系义乌市委党校 讲师）

[1] 林尚立：《中国共产党执政方略》，上海社会科学出版社，2002年9月版，第60页。

[2] 在传统的领导与组织体制下，整个社会以党的组织网络为基础实现全面组织化管理：即社会成员都被纳入到单位组织或单位性组织之中，所有的单位组织或单位性组织都以党组织为核心来组织与管理。于是，所有的单位组织或单位性组织的构建都以党组织的存在为前提，反过来，所有党的基层组织都生存于组织化的单位组织或单位性组织之中。详见：林尚立：《基层组织：执政能力与和谐社会建设的战略资源》，《理论前沿》，2006年第9期，第7页。

[3] 1985年，义乌小商品市场成立了第一个党支部，1987年建立了党总支，1995年成立了市场党委，2000年9月更名为中共义乌中国小商品城党委。

[4] 许庆军：《走近义乌——中国小商品城探秘》，中共党史出版社2007年1月版，第91页。

[5] 善治是使公共利益最大化的社会管理过程。善治的本质特征，在于它是政府与公民对公共生活的合作管理，是政治国家与市民社会的一种新颖关系，是两者的最佳状态。详见魏涛：《公共治理理论综述》，《资料通讯》2006年第6期，第60页。

[6] 2005年，在联合国组织、世界银行与摩根士丹尼联合发表的专题报告《关于解读中国的数字》中得到了认定。2007年，义乌小商品城以高达460.1亿元成交额，连续第17次蝉联全国批发市场榜首。

[7] 中国小商品城党委：《以服务市场发展为中心 充分发挥市场党员先锋模范作用》，内部汇报交流材料。

[8] 2008年5月15日下午，与义乌市工商局副局长、中国小商品城工商分局局长陈如林访谈记录。

[9] 传统治理模式的一个突出表现就是公共权力资源配置的单极化和公共权力运用的单向性。统治者自上而下单向性运用权力，而无须被统治者的同意和参与。详见徐勇：《治理转型与竞争合作主义》，《开放时代》2001年第7期，转引自“中国选举与治理”网www.chinaelections.org.

[10] 所谓划行归市，简单地说，就是把同类商品放在同一地段经营。这样不仅便于管理，也利于理顺行业关系。义乌市场从1991年迁入第四代大型商场式市场——篁园市场后，即实行划行归市政策，把同类商品放在一起，顾客有了比较与鉴别，商家之间的竞争将会异常激烈。详见：许庆军：《走近义乌——中国小商品城探秘》，中共党史出版社2007年1月版，第45页。

[11] 搭便车理论是美国著名经济学家奥尔森提出来的，他认为在一个集团范围内，集团收益是公共性的，即集团中的每一个成员都能共同且均等地分享它，而不管他是否为之付出了成本。集团收益的这种性质促使集团的每个成员想“搭便车”而坐享其成。详见（美）奥尔森：《集体行动的逻辑》，陈郁、郭宇峰、李崇新译，上海三联书店、上海人民出版社，2003年3月版。

[12] 参见潘强恩：《论公共精神》，《光明日报》，2003年11月5日。

[13] 徐勇：《治理转型与竞争合作主义》，《开放时代》2001年第7期，转引自“中国选举与治理”网www.chinaelections.org.

[14] 同上。

[15] 案例引自中共义乌市委组织部：《让共产党员的先进性在商海中闪烁》，“义乌党建网”，<http://www.ywdj.gov.cn/jcdj/jcdj-scdj2.htm>

[16] 杨雪萍：《中国小商品城党建工作的探索及经验启示》，引自“金华市委党校系统理论研讨会”内部交流文章。

[17] 同上。

[18] 孙柏瑛：《当代地方治理——面向21世纪的挑战》，中国人民大学出版社，2004年4月第1版，第27页。

[19] 张康之：《论合作治理中的制度设计和制度安排》，《齐鲁学刊》，2004年第1期，第115-120页。

[20] 这十个部门分别是：工商局、地税局、国税局、公安局、质量技术监督局、国土资源监督局、计生局、镇街、户籍所在地村两

委、劳动人事局。

[21] 林尚立：《基层组织：执政能力与和谐社会建设的战略资源》，《理论前沿》，2006年第9期，第7页。

[22] 案例引自中共义乌市委组织部：《让共产党员的先进性在商海中闪烁》，“义乌党建网”，<http://www.ywdj.gov.cn/jcdj/jcdj-scdj2.htm>。

[23] 道德激励制度是指对人们的道德行为进行强化激励的社会机制。详见韩超：《道德激励机制刍议》，《学习论坛》，1997年第1期，第3页。

[24] 韩柳荫：《关于道德激励机制的思考》，《贵州政协报》，2004年9月17日。

[25] 2008年5月15日下午，与义乌市工商局副局长、中国小商品城工商分局局长陈如林访谈记录。

[26] 案例引自中共义乌市委组织部：《让共产党员的先进性在商海中闪烁》，“义乌党建网”，<http://www.ywdj.gov.cn/jcdj/jcdj-scdj2.htm>。

[27] 2008年5月15日下午，与义乌市工商局副局长、中国小商品城工商分局局长陈如林访谈记录。

[28] 2008年5月15日下午，与义乌市工商局副局长、中国小商品城工商分局局长陈如林访谈记录。

[29] 专业批发市场是我国改革开放近30年来一项极具“中国特色”的诱致性制度创新，是以某个固定场所为集聚地，以众多企业和个体工商户为经营主体所形成的共享式交易平台。

本信息共浏览：**777**次

[\[设为首页 \]](#) [\[加入收藏 \]](#) [\[打印文本 \]](#)

[关闭窗口](#)

[关于我们](#) | [联系我们](#) | [法律声明](#) | [网管信箱](#) | [网站导航](#)

版权所有：中共宁波市委党校 系统建设：宁波市委党校信息化办公室

联系电话：87082028 Email：admin@nbdx.cn