◆杂　谈

“新乡贤”的作用

今天的中国乡村社会，已经不可能存在像古代那样退居乡里的士大夫了。一代之事必有一代之人为之。新的时代必将有契合它的各种秀异分子。因此，不同的乡村区域，应结合本土实际，着力培育和凝聚新乡贤。

一方面，以故土情来激发本地民众或者吸引在外地工作生活的同乡对家乡的热爱、眷恋，使他们积极参与、支持乃至组织建设美丽乡村的各种事业；另一方面，要充分考虑当下在乡村推行的各种政策制度，是否契合民众的“喜、怒、哀、惧、爱、恶、欲”（即孔子说的人之七情），是否是以普通人的具体情况为出发点、落脚点，制定、调整各项政策制度。孔子讲的“饮食男女，人之大欲存焉；死亡贫苦，人之大恶存焉”，务必要引起政策制度制定者、修订者的高度重视。只有这样，在乡村社会推行的各项举措，才可能引起民众包括新乡贤的情感上的共鸣与认同。

中国古代的乡贤，一方面“他们在地方上热心公益，保家卫国，造福一方”，另一方面积极“推行以儒家为主的社会价值观，维护乡村社会秩序的稳定”。那么社会发展到了今天，可以说在中国广大的乡村社会，民众面临着安身立命的价值如何构建的重大问题。到底构建什么样的价值观来促进乡村治理呢？大体应从人本性、乡土性、亲善性和现实性四个要素来综合思量、培育和传播乡村社会的发展目标，使之成为本土的文化共识，使之成为“与基层治理相适应的价值文化与社会认同”。一般而言，友善、诚信、互助、和睦、公道、安康，是乡村社会民众乐于接受、愿意遵守和易于传承的价值信条。新乡贤正是熔铸和传播这些价值的积极力量和重要支柱。

乡贤在中国古代社会本身就是对有德行、有贡献的社会贤达去世后予以表彰的荣誉称号，是对他们人生价值的肯定，是一种荣誉认可。地方上还建有乡贤祠，以便世人铭记他们的嘉言懿行、学习他们的献身精神、怀念他们的恩德善行。这更是一种令家人、族人和乡党倍感荣光的无上荣誉。当下，对新乡贤的激励可以通过多样化的形式：颁发牌匾，让世人瞩目；汇编成曲，令世人传唱；绘像于墙，使世人观瞻；列入馆藏，供世人感念；载入方志，俟来者效仿。

古乡贤及其事迹已经不可复原和再现，但他们的道德精神与力量通过文献和文物在代代相传，这就形成了乡贤文化之传统。为此，一个重要工作就是要总结出每一地域新乡贤的道德精神，然后再通过两种常态化的途径加以传播、颂扬与承继：一是融入蒙学内容，使孩子自小就对乡贤有向慕之心，以其为榜样，激励他们端正德行，立志贡献地方和国家。二是载入族谱，形成家训，以便垂范后人，供他们传习和效法，使家族永沐荣光。（2016年4月11日《北京日报》颜德如）

◆文　坛

在方言里找寻地域文化自信

贺知章耄耋之年，告老还乡，见物是人非，不禁生发“少小离家老大回，乡音无改鬓毛衰”的感慨。“乡音”是一枚镌刻在我们身上独有的印记，生生不息、根脉相传，它是来自故乡的慰藉，是地域文化形成的底色。

方言与一个地域的气候、地貌一样，历经千百年，不断被筛选、吸收、同化而形成。这些夹杂着泥土气息的话语，或源于市井生活的寻常琐事，或源于茶余饭后的家长里短，它收纳了民间的智慧，采集了地域的精华。翻过一座山，音调就转变；走过一陇田，意义大不同。你可以讲着吴侬软语，夜话闲谈；也可以侃着东北话语，把酒言欢。正是因为这种特色，才赋予了方言承载文化的使命；也正是因为这个载体，我们的文化才得以遍地开花、异彩纷呈。以融入了方言的地方戏曲为例，无论是秦腔豫剧，还是京剧黄梅，那些生动鲜活、合辙押韵的戏词，唱出了亦俗亦雅的风情，也唱出了中华文化的特色。试想，如果唱词千篇一律，那么何来不同文化的魅力与价值，何来文化生命力的延续？正是因为方言的异质性，才带来它的不可替代性，这是地理与历史赋予我们的文化财富，弥足珍贵，价值连城。

而今，传统的乡音却变了味道，它被贴上了“土、俗”的标签，并成为“有无文化”的衡量标尺。打工返乡的青年们羞赧于它的腔调，刚刚入学的孩童在学会标准发音的同时，也在遗忘着自己曾经熟悉的语音。方言的日渐式微，牵动我们的不仅是乡愁，它折射的是一种地域文化自信的缺失，这或许是我们最该扼腕叹息之处。

文化不能简单地用“优劣”二字加以评判。你可以津津乐道上海方言的机智敏捷，也可以大加赞赏天津方言的诙谐幽默，还可以对齐鲁方言的纯粹耿直加以欣赏，它们是多元、独特而又平等的。对于方言的流失，我们更应从大众心理的角度来考量。今天，随着城镇化进程的加快，频繁往返于城市与乡村之间的人员流动日见增多，这种流动对方言的冲击显而易见。地区间发展的不平衡，城市文明对乡村文化碾压式的优势显现，使包括方言在内的农村文化不断被漠视，而这种文化信号的衰减很可能是无可补救的。

方言早已成为与故乡这片土地难以割裂的一部分，任何语言不假思索地堆砌于此便会显得水土不服、格格不入。好比我们的容貌与声音，与生俱来，独一无二，倘若真用人工的方式加以改变，自会有它的蹩脚与尴尬。方言就是那告知了我们“从何处而来”的文化源头，我们在奔波忙碌中找寻地域文化自信，却不以为然地忽视了它。它以自身的差异性和特殊性将这片土地上的文化因素汇集起来，无论是民俗故事，还是戏曲民谣，以及属于这个地域的秉性与品格，这都是地域文化的特色，也是地域文化自信的根源所在。（2016年3月30日《光明日报》李晓）

◆观　点

激励干部为民干事的制度考量

作为提供公共服务的各级政府组织，为避免少数人懒惰、干事动力不足这一危害行政效率的情况发生，就必须借助有效的行政管理体制和国家治理体制，通过制度安排来去劣存优，从而保护那些具备奉献精神、愿意为人民服务的党员干部的工作积极性，以激励干部更好地为人民服务。

一是进一步规范政府与市场的关系。政府干预市场，乍一看官员似乎工作很积极，但这些以个人利益为出发点的活动，往往成为滋生腐败的温床。

中国经济体制由计划经济向市场经济转型的核心问题之一，是政府与市场之间的关系如何界定。在市场经济中，政府的作用应该是裁判员，而不是运动员。政府职责应当通过有效的行政管理，来保障公平而高效的市场竞争，避免市场失灵。在经济转型过程中，一些政府部门既当裁判员，又当运动员，直接干预甚至参与经济运行。政府干预市场，乍一看官员干部似乎工作很积极、办事多，但这些以部门利益、个人利益作为出发点的活动，往往成为滋生腐败的温床，并不能带来全社会福利水平的提升，甚至会损害社会经济的健康发展。

因此，完善现代国家治理体系，应规范好政府与市场的关系，市场能办的事情交给市场去办，民间组织能办的事情，尽量发挥民间组织的力量。政府将注意力集中在市场和民间组织不愿意参与的公共服务领域，以及市场失灵需要政府行政干预的领域。政府不参与市场活动，自然而然地切断了政府官员通过这些活动谋求个人私利的可能性，没有了以权谋私、贪污腐败的机会。

二是进一步完善权力制衡机制。既要让愿意干事的干部不被捆住手脚，又要避免权力滥用而出现以权谋私。

当通过制度安排使政府与市场的关系得到很好的界定之后，如何监督作为市场经济裁判员的政府部门和政府工作人员的工作，就成为国家治理体系的关键环节。政府行使社会管理职能的前提，是行政权力。因此，在国家治理体系中设计好权力约束机制，避免权力滥用，避免以权谋私，就成为保障干部干事合法性和正当性的必要制度安排。

既要让愿意干事的干部不被捆住手脚，又要避免权力滥用而出现以权谋私，唯一的途径就是设计好一套行之有效的权力制衡机制。权力制衡机制既可以是组织内部通过业务流程、规章制度避免一言堂，也可以是组织外部各种事中监管和事后监督机制。不受制衡的权力，必然导致权力的滥用，而有效的权力制衡机制，却能保护愿意干事的干部在自己职权范围内充分发挥工作积极性，将本职工作干好，避免出现违法违纪问题。

三是增强组织内外的流动性。有想法、有能力的“体制内”公务员可以自由流动到社会其他行业，社会其他行业的专业人才，也可以选择加入政府行政管理团队。

规范好政府与市场的关系和完善权力制衡机制，仅仅是约束机制。要促进和激励干部为人民服务的积极性，在理想信念之外，还需要合理有效的激励机制。增强组织内外的流动性，是激励机制的核心环节，即让愿意干、有能力干的人，流动到合适的岗位上，并取得合理的经济收入和待遇，将“在其位不谋其政”的人调整出去，才能真正激励起干部的工作积极性。

一旦人员在组织内外的自由流动成为现实，干部队伍自然而然就会进入全社会的劳动力市场中，通过劳动力市场机制的作用，寻求与自身能力和经历相匹配的工作岗位和薪酬待遇，通过市场机制实现对干部工作积极性的有效激励。（2013年3月 上《人民论坛》姚树洁 汪锋）

官民之“界”在何处

国家与个人、官员与百姓之间存在着怎样微妙的关系？约翰·密尔给出了答案。他在《群己权界论》中提到，所谓“群”与“己”的关系，就是公域与私域或国家与个人的关系，这是人类社会需要高度重视的“第一大关系”。大凡一个健康发展、繁荣稳定的国家，一个很重要的原因即是把握并处理好了这样的关系。密尔为处理这“第一大关系”确定了三条基本原则：第一，所要办的事情，如果由个人来办比政府办会更好一些，那政府就应该放手让个人去办；第二，有那么一种事情，虽然由一些人来办未必能像政府官吏办得那样好，但仍然适宜由个人而不是政府来办，因为这样可以充分发挥个人的积极性和首创精神；第三，在任何情况下，政府都应尽量少干涉，因为不必要地增加政府的权力，将会带来不必要的麻烦。

我国具有长达数千年的集权主义传统，所谓“普天之下莫非王土，率土之滨莫非王臣”，而且，在这普天之下、率土之滨，基本上都是大大小小官吏的活动空间，黎民百姓始终处于被治者的地位。皇上和官吏清廉开明、治国有道，人民也就富足安康。因此，国人从来就有期盼青天老爷的情结。这样一种境况，也实属密尔所言之国家与个人关系没有处理好的实例。这种情况下，国家的发展，人民的福祉，必须有赖于各级各类官府的积极作为。

当前，正风肃纪、高压反腐，似乎触犯到了某些官员的利益，由此影响到了官员的积极性，导致了官员的不作为。在此境况下，我们需要重新去思考人类社会的“第一大关系”问题，即官与民之间是不是应该有一个明确的权力界限，是不是应该大大收缩官员手中的权力而使社会和人民原本就具有的主体性、自主性和创造性得到充分的发挥。当下一些官员的不作为需要进行整治，但同时我们也应好好清理一下并不需要官员“积极作为”的领域，让社会、让人民多多地发挥自己的能动性和积极性，来处理好、解决好自己的问题。多少年来，一些地方和领域，由于官员不当的“积极作为”（或曰“乱作为”）给我们这个社会所带来的负面影响甚至在多少年内都无法挽回，深刻的教训需要我们好好汲取。

在这方面，各级各类领导干部有必要明确两个基本问题：第一，牢固确立“公共性”意识。无论是一个地方还是一个单位，作为一方领导，需要负责任，但这个责任与“家”的责任不一样，是代表公共的意志做事情，因而是一种公共的责任。所以不管个人如何智慧超群、能力无限、主意不穷，做任何事情的时候，还是要听听大家的意见，看看大家是不是愿意这样作为。第二，要按照“人民希望他们成为什么样的官员”而不是“他们自己希望他们成为什么样的官员”的要求来为官。我们现在对官员的管理都是一种封闭性的内循环式的管理，直白地说都是自己在为自己提出要求、塑造角色。要真正地解决官员的有效作为问题，还必须回到本原上，回到人民群众的出发点上，从“人民希望官员成为什么样的官员”这样一个角度来进行管理。（2016年4月1日 人民网 桑玉成）

◆纵　横

“德国制造”曾是耻辱印记

德国人对“德国制造”充满了骄傲和自豪，对德国产品的高品质充满了自信。可是谁能想到，一百多年前，“德国制造”曾是假冒伪劣的标志，是刻在德国人额头上的耻辱印记呢？

十八世纪，英国通过工业革命，成为世界科技的排头兵。而与此同时，德国却还是个经济落后的农业国，其科学技术和工业生产能力与英国相比，相差至少半个世纪。德国人为了甩掉贫穷落后的帽子，积极向英国学习。但德国人采取的“学习方式”，却让英国人恼怒不已，甚至痛骂德国人是“无耻之尤”，并采取立法措施，对德国人的“学习”予以痛击。

原来，德国人的“学习方式”就是剽窃技术、假冒仿造。十九世纪上半叶，德国企业一方面派出工业间谍，通过各种手段窃取英国的核心技术，另一方面派出学徒员工，到英伦半岛进行所谓的“旅游学习”，然后顺手牵羊，把英国的好产品带回德国，进行假冒仿造。

德国的钢铁大王克虏伯，当年曾品着威士忌、抽着雪茄，风度翩翩地出入于英国伦敦工商界，深受欢迎。但后来，英国情报机构发现，原来他是“工业间谍”。他刺探到英国钢铁制造的最新生产流程和核心技术，回德国后，加以运用，开创出了著名的克虏伯大炮。

当时的德国，工人工资极低，工作时间被资本家无限延长，因而商品成本非常低廉，其价格在世界上具有很强的竞争力。德国人把从英国“偷”来的样品，仿制生产，然后，又当作廉价处理商品，倾销到英国本土及殖民地。在当时，德国产品就是“价廉货次”的代名词。

为了以次充好，一些德国企业便盗用他人的品牌标记，生产假冒伪劣产品。一个最典型的例子是：当时，英国谢菲尔德公司生产的剪刀和道具以其优质的品质在市场上具有很高的声誉。德国索林根城的刀具剪子制造商便假冒这个品牌，把自己仿制的产品打上“谢菲尔德”的标记出口国外。虽然看上去跟英国产品相似，但德国厂商使用的制作材料是低劣价廉的铸铁，完全不同于英国产品使用的质优价昂的铸钢。

德国产品以其低廉的价格大行其道，让英国人感到威胁。后来居然盗用英国的品牌，假冒伪劣，让英国人忍无可忍。他们一边痛斥德国人的无耻行径和卑劣手段，一边发起抵制德国货运动。

1887年，英国国会通过《商品法》，勒令所有进入英国和其殖民地的德国产品必须打上“德国制造”的印章。英国人认为，“德国制造”就是假冒伪劣、价廉货次；“德国制造”就是刻在德国人额头上的耻辱印记。

德意志民族有着极强的民族自尊心。英国人的抵制和立法以及“德国制造”的耻辱印记，让德国人开始彻底自我反省。

可以说，1887年，是“德国制造”的一个分水岭。从那时开始，大多数德国企业开始把“用质量去竞争”定为首要目标，在设计上大力创新，在质量上严格把关。实现了从假冒伪劣向质优创新的根本转变。

十年之后，英国人惊讶地发现，德国商品在他们的生活中已经必不可少，而且质量可靠，价廉物美。从服装、钟表、相机、家具、啤酒、香水、铅笔、玩具、钢琴、水泥、药物制品、玻璃制品、钢铁制品、切削刀具一直到武器和子弹，“德国制造”均属质量上乘。

曾经假冒英国品牌的德国索林根刀具剪子制造商，生产出了著名的德国双立人刀具。今天，这个品牌已行销全球，享誉世界。从1887年到今天，“德国制造”走过了120多年的历程。

质量可靠、经久耐用、供货及时、高度的改革创新能力和成熟的生产工艺流程，这一切，都成为“德国制造”的丰富内涵。德国人用自己的努力，洗刷掉了“商业秘密窃贼”和“假冒伪劣者”的恶名，曾让德国人蒙羞的“德国制造”，如今已变成了让德国人骄傲的金字招牌。（2016年1月电子工业出版社《跨界战争》水木然）

◆评　论

中国经济更需要『草根精神』

中国经济正经历一场痛苦而深刻的转型。企业家往往是最早感受到市场寒冬的人，他们也比任何人都能更加快速地找到御寒的方法，市场的残酷往往让他们更加清楚常识的重要性。

在过去三十多年突飞猛进的发展中，不少企业打短平快，“萝卜快了不洗泥”，轻视了产品质量和服务。而为市场和客户创造价值，恰恰是企业的本位职能。你为市场创造了价值，市场自然会回报给你。这需要创新，更需要耐力，需要持之以恒的精神。现在，是时候让中国企业回归这个本位了。

应该看到，投资拉动下的“泡沫化生存”一去不复返了。以房地产为例，全国几百个万达广场催生了首富王健林。但今天的万达在转型，转向轻资产，转向做内容、做服务。为什么？因为风向变了，高速城市化的时代结束了，重资产的时代结束了，房地产的好日子到头了。过度的疯狂只会透支市场，导致哀鸿遍野。

房地产如此，各行各业莫不如是。只有踏踏实实做产品，脚踏实地做内容，真心诚意做服务的企业才会生存下来。

面对当前经济下行的压力，面对中国消费者到海外狂购的尴尬，企业界是时候要反思一下，过往发展模式之不可持续，那么，下一步怎么办？

在过往投资拉动的时候，最吃香的是国有企业，是资源企业，他们近水楼台先得月。而消费拉动的时候，最被看好的是民营经济，因为民营经济是草根，最知道消费者需要什么。

改革开放三十余年是中国草根经济野蛮生长的三十余年，作为一个群体，草根民营企业吸纳超过80%的就业，贡献60%以上的税收，承担着中国50%以上的GDP，他们已经成为中国经济舞台上的主力军。

下一个三十年仍是民营企业大展身手的时代。只要民营企业那股“草根精神”不丢失，就势必能打出一番新天地。

当今成气候的民营企业，从初创之日起无不是在红海里挣扎，在泥泞的市场里摸爬滚打，全靠自己殚精竭虑，筚路蓝缕，闯出一条生路。他们有“达则兼济天下”的济世情怀，有“野火烧不尽，春风吹又生”的顽强生命，有“敢为天下先”的创新斗志，他们中间走出了娃哈哈，走出了华为和大疆，走出了阿里和腾讯，走出了无数纵横天下、令世界瞩目的一代天骄。

华为掌舵人任正非最近告诫公司高层，“爹还是那个爹，娘还是那个娘，你们怎么就成了富二代了呢？”虽然，华为如今已成长为全球通信设备领域的领军企业，但其内部仍保持着足够的警醒。今天，一个企业无论发展到怎样高大上的地步，都不能忘记自己曾经是“草根”。不忘初心，方得始终。

我们今天要呼唤怎样的“草根精神”？

草根精神首先要回归企业家精神，要有80年代的那股闯劲，要自强不息，不能等靠要。其次要理顺政商关系，要摆脱靠关系发财的路径依赖，要与政府官员保持“亲”与“清”的关系，要自珍自爱，要清者自清，为官员好，也为自己好。再次要回归工匠精神，做好产品，做好服务，以满足消费者日益增长的需求。

民营企业尤其要以史为鉴。反观日本泡沫经济，日本是怎么从泡沫化中扛过来的？真正撑住日本经济的还是千千万万的中小型制造业企业。疾风知劲草，岁寒见后凋。当初那些被指责成“迂腐不化，一生悬命”的制造业者现在反都成了英雄，而那些备受推崇的“投机英雄”则纷纷倒下成为历史笑谈。

我们要看到，冬天里面有春天，民营经济的春天来了。在不久前的浙商大会上，马云提出，经济不好的时候也有好企业。在危机关头，能熬过去的企业才有“抗体”。所以，不要因为说你的企业做得不好，你就归结于经济不好，经济不好也有好企业，经济好的时候，不好的企业也有的是。

我们倡导的草根精神更体现为一种“乌龟精神”，认定目标，心无旁骛，艰难爬行，不投机、不取巧、不拐大弯弯，跟着客户需求一步一步地爬行。经济危机未必会很快过去，越是寒冬越是要苦练内功，迎接更大的挑战。爬过这个漫长的寒冬，迎接你的将是鲜花烂漫的春天（2016年11期《中国新闻周刊》杨镇宇）