

政府营销 论纲

ZHENGFU YINGXIAO LUNANG

朱华锋◎著

中国科学技术大学出版社

责任编辑 / 徐继升

封面设计 /  诚邦视觉设计
ZYZY999@SINA.COM

《政府营销论纲》对于探索和建立中国政府营销理论的内容架构，对于探索政府营销理论在实践中的运用，具有系统的建设性意义。为中国地方政府和部门政府转换职能，改善形象，提升绩效，打造亲民政府、效能政府，贯彻科学发展观，实现可持续发展，创建和谐社会，提供了一种新的思维方式、一种新的策略方法。

定价：20.00 元

ISBN 978-7-312-02700-0



9 787312 027000 >

后 记

几年前,政府营销于我也是一个崭新的课题。2007年,为承担安徽行政学院公务员培训部开设的一门创新课程“政府营销”的教学任务,我开始了政府营销的研究探索。为进一步扩展研究范围,提升研究水平,我们组建了一个研究团队,申报了一项院级科研课题。本书是在处级公务员政府营销课程三年教学成果的基础上,在院级科研课题报告的基础上,经过提升、扩充形成的原创性学术专著。在政府营销教学与研究的过程中,学院领导、公务员培训部、科研处、培训管理处、教务处和贸易经济系等部门的领导和专家均给予了大力支持,在此表示衷心的感谢。

本书的创作借鉴了国内外政府营销理论研究者 and 实践探索者的成果。对于直接引用的观点和文献,我们尽量在文中标明了出处,但可能还存在遗漏现象。为此,在表示衷心感谢的同时表示由衷的歉意。

对于本书的创作,我要感谢研究团队的各位成员,公共管理专家周业柱副教授在课题研究的方向把控方面起到了重要作用。章军和黄静两位年轻教师给研究团队带来了活力,并参与了政府营销价格策略、沟通策略和过程管理等内容的创作。

感谢王俊豪教授给予我在政府营销研究过程中的热情鼓励和正确指导。王俊豪教授是我国知名的政府管制理论专家与市场营销专家,他的指导使得我对政府营销的研究得以在清晰而正确的思路展开。他在百忙之中为本书作序,对研究成果所给予的肯定是对我极大的激励。

感谢中国科学技术大学出版社多年来对我个人学术研究的支持、对我们团队所承担的营销与策划省级特色专业建设与教学改革的支持。

感谢广大读者对于我们的支持,你们的支持是激励我们不断深化研究、不断推出研究成果的强大动力。为方便读者阅读,本书没有严格采取学术专著的注释方式。

朱华锋
2010年6月

ZHENGFU YINGXIAO LUNGANG

政府营销 论纲

朱华锋◎著

中国科学技术大学出版社

内 容 简 介

本书包括政府营销的实践活动与理论探索、政府营销概述、政府营销观念、政府营销战略分析、政府营销产品策略、政府营销价格策略、政府营销通路策略、政府营销沟通策略、政府营销过程管理等内容。

本书可供市场营销、公共管理、行政管理等专业和 MPA 教学研究使用,也可供政府公务员培训使用。

图书在版编目(CIP)数据

政府营销论纲/朱华锋著. —合肥:中国科学技术大学出版社,2010.8
ISBN 978-7-312-02700-0

I. 政… II. 朱… III. 国家行政机关—市场营销学—研究
IV. D035

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 129943 号

出版 中国科学技术大学出版社
安徽省合肥市金寨路 96 号,邮编: 230026
网址: <http://press.ustc.edu.cn>
印刷 安徽辉隆农资集团瑞隆印务有限公司
发行 中国科学技术大学出版社
经销 全国新华书店
开本 710 mm×960 mm 1/16
印张 10
字数 207 千
版次 2010 年 8 月第 1 版
印次 2010 年 8 月第 1 次印刷
定价 20.00 元

序

政府营销起源于西方国家。在我国,随着经济体制改革、行政管理体制改革以及经济发展方式转变,政府营销理论研究与实践应用的意义越来越凸显。可以说,政府营销是转变政府职能与政府管理手段的需要,对于塑造政府形象、促进经济增长、建设和谐社会具有现实意义。但是,政府营销在我国还是一个崭新的研究课题,国内学者系统全面研究政府营销的著作还很鲜见。关于政府营销方面的著作,主要是美国营销权威菲利普·科特勒领衔创作的《国家营销》、《地方营销》、《社会营销》和《菲利普·科特勒谈政府部门如何做营销》等几部作品的译著。朱华锋副教授的新著《政府营销论纲》有可能是国内第一本系统全面论述政府营销理论与实践的著作,因此,我乐意为朱华锋副教授的《政府营销论纲》作序,并祝贺这本著作能够在治学严谨的中国科学技术大学出版社出版。

《政府营销论纲》的创新与特色主要表现在以下三个方面:

第一,理论体系完整。该书在分析总结国内外政府营销实践行为与理论探讨的基础上,提出了政府营销的主体与客体,归纳提炼出了政府营销观念,对于政府营销战略分析过程、政府营销策略制定以及政府营销管理也作了系统性的、具有原创性的论述。对于与政府营销相关的理论与学科也进行了分析和介绍,明确了政府营销理论研究的边界和独立的研究对象。

第二,内容充实独特。政府营销的思维框架需要借鉴市场营销,但是不应该简单套用市场营销的内容、模式与策略。《政府营销论纲》在这方面的研究,取得了一些重要成果。如根据中外各国政府的执政治国思想,将政府营销观念分为国家统治观念、科学与民主观念、为人民服务观念、科学发展与和谐社会观念;如认为政府市场细分和目标市场优选具有政府属性的特殊要求,政府定位则包括政府形象定位、社会形象定位和产业经济定位三大范畴;如将政府营销中的产品区分为施政纲领、固定环境、移动产品、人力资源、行为倡导与劝阻五种类型,认为政府产品同样存在寿命周期,政府产品规划、政府新产品研发、政府产品的品牌与包装具有不同

于企业产品营销的特性和要求;如将政府营销中的价格形态区分为体现政府产品和服务价值的销售价格、鼓励政府倡导行为的经济性奖励和非经济性奖励、限制政府劝阻行为的经济性惩罚与非经济性惩罚三种,认为政府产品的定价流程和价格策略必须具备公益性、透明性和合法性;如将政府营销通路分为政令贯彻执行通路、公共产品与服务通路、招商引资与吸引旅游通路、行为倡导与劝阻通路四种基本类型,固定实体通路、流动服务通路、电子传递通路和管线传递通路四种外在形式,认为政府营销通路设计需要遵循目标导向、便利用户和成本经济三大原则;如将政府营销的沟通传播分为对外沟通和对内沟通两大范围,不同的沟通范围和沟通对象需要采用不同的沟通传播方式;政府营销由于参与者的复杂性特别需要进行细致的营销过程管理和结果考核。

第三,实践应用性强。该书理论与实践运用兼顾,语言清新朴实,可读性强,没有专业理论著作的艰深与晦涩,所提出来的政府营销策略手段,在各级政府、各地政府的营销实践中均可以进行尝试和运用。

当然,《政府营销论纲》在理论深度上还存在进一步拓展的空间,在政府营销战略决策与策略选择方面也还存在随着形势的发展和研究的深入进一步丰富化的需要。希望作者今后能够继续跟踪研究,提供更丰富的研究成果。

《政府营销论纲》对于探索和建立中国政府营销理论的内容架构,对于探索政府营销理论在实践中的运用,具有比较系统的建设性意义。为中国地方政府和部门政府转换职能,改善形象,提升绩效,打造亲民政府、效能政府,贯彻科学发展观,实现可持续发展,创建和谐社会,提供了一种新的思维方式、一种新的策略方法。因此,对于中国政府营销的研究者和学习者将是一本具有系统性价值的专业读物,对于市场营销专业、公共管理专业、行政管理专业的教学,对于MPA的教学,也将具有一定的使用价值。

教育部高等院校公共管理类专业教学指导委员会委员
中国市场学会常务理事

王俊豪

博士 教授 博士生导师

2010年6月20日,杭州

目 录

序	(i)
绪论 政府营销的实践活动与理论探索	(1)
一、政府营销的实践活动	(1)
二、政府营销的国际研究成果	(11)
三、政府营销的国内研究成果	(15)
四、加强我国政府营销理论研究与实践运用的政策建议	(19)
第一章 政府营销概述	(25)
一、政府营销的概念范畴	(25)
二、政府营销的研究对象	(25)
三、政府营销的研究意义	(31)
四、政府营销的相近学科	(34)
五、政府营销的理论框架	(38)
六、政府营销的研究方法	(40)
第二章 政府营销观念	(44)
一、企业市场营销观念的演变	(44)
二、政府营销观念的归纳提炼	(51)
三、政府机构与政府官员现行观念分析	(56)
第三章 政府营销战略分析	(59)
一、政府营销战略分析的概念	(59)
二、政府营销环境分析	(59)
三、政府市场细分	(64)
四、政府市场优选	(65)
五、SWOT 分析与战略选择	(67)
六、政府市场定位	(69)
第四章 政府营销产品策略:创建公共产品和服务	(75)
一、政府产品概念	(75)

二、政府产品类型	(76)
三、政府产品整体概念	(85)
四、政府产品寿命周期	(87)
五、政府新产品研发	(88)
六、政府产品品牌与包装	(91)
七、政府产品组合	(91)
第五章 政府营销价格策略:制定政府产品推广的激励政策	(93)
一、政府营销中价格的含义	(93)
二、政府定价流程	(95)
三、特定政府产品的定价策略	(98)
四、政府定价策略的运用与价格调整	(109)
第六章 政府营销通路策略:创建便民消费途径	(111)
一、政府营销通路的含义	(111)
二、政府营销通路的基本类型	(112)
三、政府营销通路的外在形式	(115)
四、政府营销通路设计的基本原则	(116)
五、我国政府部门营销通路创新探索	(121)
第七章 政府营销沟通策略:传播政府产品与服务价值	(126)
一、确定政府营销的沟通对象	(126)
二、确定政府营销的沟通目标	(126)
三、确定政府营销的沟通内容	(128)
四、确定政府营销的沟通方式	(130)
五、发挥政府营销的沟通艺术	(135)
六、确定沟通时机与接触点	(136)
七、确定政府营销的沟通频率	(136)
八、控制沟通费用与沟通效果	(137)
第八章 政府营销过程管理	(139)
一、制定政府营销计划	(139)
二、推动政府营销计划执行	(140)
三、监控政府营销过程	(142)
四、评估政府营销绩效	(147)
参考文献	(151)
后 记	(153)

绪论 政府营销的实践活动与理论探索

一、政府营销的实践活动

世界各国中央政府、地方政府和部门政府在实际工作中,已经开始了政府营销的实践探索,形成了一些优秀的政府营销案例,也积累了一些政府营销经验。本书开篇就给读者介绍几类政府营销的经典案例。

(一) 北京申奥:中国政府和中国人民的成功营销

1908年,《天津青年》发表文章,提出三个中国奥运猜想:中国何时才能派一位选手参加奥运会?中国人何时才能在奥运会上夺得金牌?中国何时才能举办奥运会?

1932年刘长春独自一人代表中国参加美国洛杉矶第10届奥运会。这是中国人迈出的奥运征程的第一步。温家宝总理2003年在美国哈佛大学演讲时曾经提到他。刘长春是坐船到美国去的,长途跋涉后身体已经很疲劳了,他代表中国虽然没有取得优异的成绩,但就这一个人参加的奥运会,也牵动了全国人民的心。

1984年中国重返奥运赛场,许海峰摘取洛杉矶奥运会中国队第一枚金牌,实现了中国奥运金牌零的突破。在这次奥运会上,中国以15枚金牌的总成绩,位居金牌排行榜的第四名。

取得奥运金牌“零的突破”之后,举办奥运会就成为中国人民渴望实现的梦想。1990年亚运会闭幕式前后,一些北京市民打出了“亚运成功、众盼奥运”的口号。1990年7月3日,年过八旬的改革开放总设计师邓小平兴致勃勃地来到国家奥林匹克中心,参观刚落成的田径场和游泳馆,鼓励有关负责人要敢于申办奥运会。

“开放的中国盼奥运”是我国申办2000年奥运会的口号。然而,几乎是在北京宣布申办的同时,反对的声音就出现了。20世纪90年代初期,整个中国面临的外交局面都是很不利。这种反华浪潮不可避免地波及中国的第一次申奥努力。1993年,在申奥表决前,美国国会众议院通过决议,反对北京举办2000年奥运会。60名参议员给国际奥委会写信,联名反对北京申办。最终的结果令许多中国人至

今难忘:北京以两票之差败给了悉尼。

国务院发展研究中心宏观经济部研究员张立群总结道:“现在回过头来看,从中国经济社会发展的历史阶段看,当年申办失利有其历史背景因素。比如,中国刚刚提出要从计划经济向市场经济体制转变,中国开放的程度和走向世界的脚步有限,国际上存在一些疑虑是正常的。”

1998年11月,国务院总理办公会议和中央政治局常委会议先后对申办工作进行了研究,决定由北京申办2008年奥运会。1999年9月6日,经党中央、国务院批准,由国家体育总局、北京市人民政府和国务院相关部门组成北京2008年奥运会申办委员会,申办大幕正式拉开。北京奥申委组织中国两岸三地最优秀的艺术家如陈绍华、韩美林、靳埭强、张艺谋等设计申奥会徽和申奥口号,拍摄申奥电视宣传片,确定杨澜、巩俐和邓亚萍等为申奥形象大使向国际奥委会成员宣传北京,邀请帕瓦罗蒂、多明戈、卡雷拉斯三位世界顶级歌剧大师汇聚紫禁城为北京申奥助威。北京奥申委多次到世界各国访问,争取世界人民和国际奥委会成员的支持。中国的外交系统也为申奥做出了大量努力。党和国家领导人高度重视北京申奥工作,2000年9月9日,时任国家主席江泽民致信国际奥委会主席萨马兰奇先生,完全支持北京申办2008年奥运会。2001年7月13日,在国际奥委会第112届全体会议上,时任国务院副总理李岚清代表中国代表团做申奥陈述。当萨马兰奇宣布北京成为2008年夏季奥运会主办城市时,首都北京庆祝申奥成功的群众超过百万人,天安门广场人数突破40万人,寻呼台发出祝贺信息100多万条,新浪网当晚访问量突破3000万人次,15万面申奥标志旗和国旗被抢购一空。北京市委和北京市政府举行了盛大的“首都各界人民庆祝北京申办2008年奥运成功联欢晚会”,时任中共中央总书记、国家主席江泽民发表了慷慨激昂的致辞:“同志们!我代表党中央、国务院讲三句话。第一句,对北京申办奥运成功致以热烈的祝贺!第二句,向全国人民为北京市申办奥运所作出的贡献,同时向国际奥委会、向世界各国朋友对中国申办奥运会的支持,表示衷心的感谢!第三句,希望全国人民和首都人民一起,奋发努力,扎实工作,一定要把2008年奥运会办成功!最后,欢迎世界各国朋友2008年光临北京参加奥运。”(详见北京奥运城市发展促进会官方网站视频“我们赢了——北京申奥成功纪实”<http://www.beijing2008.cn/boda-video/bid/bid-video/index.shtml>)当晚23:10分,江泽民等党和国家领导人从中华世纪坛来到天安门广场与人民群众联欢。

奥运连国运。2001年北京申奥成功,除申奥策略和方法的成功之外,更加宏观的原因和背景是,进入新世纪的中国,社会稳定,经济发展,取得了举世瞩目的成就,西方国家纷纷同中国改善和发展关系。而2008年中国人民在以胡锦涛为总书记的党中央领导下,成功地举办了北京奥运会之后,进一步促进了世界人民对中国

的了解,进一步提升了中国在世界上的形象和地位。

(根据《第一财经日报》“百年奥运:中国走向世界的旅程”等资料整理)

(二) 海南国际旅游岛:从地方战略到国家战略

2009年12月31日,国务院颁布了《关于推进海南国际旅游岛建设发展的若干意见》(以下简称《意见》),这是国务院着眼我国改革开放和现代化建设全局作出的一项重大战略决策。“这个《意见》的出台,标志着海南国际旅游岛建设正式上升为国家战略,是继1988年建省办经济特区之后,海南发展史上又一件具有里程碑意义的大事。”海南省省委书记卫留成表示,“抓住这个机遇,落实这个措施,就可以缩短我们和发达地区发展的差距。”

中国(海南)改革发展研究院院长迟福林,是最早提出“国际旅游岛”概念的人。海南省发改委的人习惯称他为“国际旅游岛的总工程师”。1998年,受海南省委的委托,他们做了一个课题——“以产业开放拉动产业升级”。经过两年研究,迟福林得出一个结论:旅游产业的开放,应是海南产业开放的突破口。2000年,他提出了“国际旅游岛”的概念,并在2001年正式向海南省委、省政府提出建议。海南建省也曾是国家经济战略布局的重点。然而海南的发展并不顺利。先是1989年因为土地使用权出让引发的“洋浦风波”;紧接着20世纪90年代初,又出现了房地产“泡沫经济”和随后而至的金融信用危机等事件,接二连三的打击导致海南经济特区的地位开始被人们遗忘。“海南在20年里曾经错失了很多大开放、大发展的机遇。20世纪90年代末,中国加入世贸组织(WTO),海南迎来了新的挑战和发展机遇。”迟福林在追溯“国际旅游岛”这个构想的诞生原因时解释:“海南是一个岛屿,不开放就没有出路,我们当时就在以产业开放拉动产业升级的路子上进行探讨,因此就想出建国际旅游岛这样一个招数。”

但是对于要不要建国际旅游岛,当时在海南省也有过一些不同的观点,因此一直没有进展。2005年,三亚市向国家发改委提议,把三亚作为旅游综合改革试验区,建设国际滨海旅游城市。时任省长卫留成认为,要变还不如整个海南一起变,于是“最后干脆把国际旅游岛作为海南省区域发展的战略”。2007年4月,海南省第五次党代会召开,“国际旅游岛”的构想才作为海南的重大决策和战略性发展目标提出来。“要以建立国际旅游岛为载体,全面提升旅游开发开放水平。”新任省委书记卫留成将被冷落了7年之久的“国际旅游岛”提上海南的发展日程。从此,海南建设国际旅游岛的步伐骤然加快。

2008年海南建省20周年,胡锦涛到海南视察时提出,希望海南着力深化改革开放,更好地发挥改革开放的排头兵作用。2009年初,温家宝参加博鳌论坛后视察海南。温总理当时做了一个长篇讲话,表示国家将全力支持海南。国际旅游岛将作为一项国家战略实施。随后,由国家发改委牵头,二十多个部委参与研究国际

旅游岛建设规划意见。

根据国务院已经公布的《关于推进海南国际旅游岛建设发展的若干意见》，国务院对海南国际旅游岛的战略定位是：① 我国旅游业改革创新试验区；② 世界一流的海岛休闲度假旅游目的地；③ 全国生态文明建设示范区；④ 国际经济合作和文化交流的重要平台；⑤ 南海资源开发和服务基地；⑥ 国家热带现代农业基地。发展目标是：① 到 2015 年，旅游管理、营销、服务和产品开发的国际化水平显著提升。旅游业增加值占地区生产总值比重达到 8% 以上，第三产业增加值占地区生产总值比重达到 47% 以上，第三产业从业人数比重达到 45% 以上，力争全省人均生产总值、城乡居民收入达到全国中上水平，教育、卫生、文化、社会保障等社会事业发展水平明显提高，综合生态环境质量保持全国领先水平；② 到 2020 年，旅游服务设施、经营管理和服务水平与国际通行的旅游服务标准全面接轨，初步建成世界一流的海岛休闲度假旅游胜地。旅游业增加值占地区生产总值比重达到 12% 以上，第三产业增加值占地区生产总值比重达到 60%，第三产业从业人数比重达到 60%，力争全省人均生产总值、城乡居民收入和生活质量达到国内先进水平，综合生态环境质量继续保持全国领先水平，可持续发展能力进一步增强。为了支持海南，国家将在政策、资金、项目安排等方面给予特殊扶持。

但是，海南省建设国际旅游岛的规划尚在制定之中，2010 年春节期间，海南楼市和酒店房价就出现了疯涨，投机者借国际旅游岛国家战略的利好概念，向海南国际旅游岛的建设者们发起了政府管理挑战。

（资料来源：中央政府门户网站，时代周报，新京报）

（三）中国预防艾滋病

1. 胡锦涛总书记在北京市考察艾滋病防治工作

胡锦涛总书记一直高度关注和重视艾滋病防治工作，2004 年曾前往北京佑安医院，看望艾滋病患者和医务人员，了解艾滋病防治工作情况。总书记与艾滋病患者亲切握手的感人一幕，许多人至今记忆犹新。2007 年 11 月 30 日，在第 20 个世界艾滋病日到来之际，中共中央总书记胡锦涛来到北京市朝阳区考察艾滋病防治工作。他代表党中央，向奋战在艾滋病防治第一线的医疗卫生工作者，向积极参与艾滋病防治工作的志愿者，致以诚挚的问候和崇高的敬意。9 时许，当胡锦涛走进疾控中心一楼大厅，一位工作人员就迎上前来，给总书记佩戴上鲜艳的爱心红丝带。

大厅里，一块块展板生动翔实地介绍了近年来北京市艾滋病防治工作面临的形势和取得的进展。在反映北京市艾滋病疫情现状的表格前，在覆盖各类人群的综合监测网络示意图前，在预防艾滋病传播的药品器械实物前，胡锦涛一边仔细观看，一边听取讲解，并不时询问有关情况。

接着,胡锦涛来到艾滋病血液初筛检测室、高危人群健康干预工作室,看望这里的工作人员,了解他们开展工作的情况和取得的成效。

在自愿咨询检测门诊处,一名艾滋病感染者正在向工作人员咨询有关问题。胡锦涛微笑着向她伸出手去,这位感染者激动地握住总书记的手。这位感染者还告诉总书记:“在我最绝望的时候,是疾控中心的工作人员给了我帮助,把我从痛苦中拉了出来。我一定要用自己的行动回报社会。为了让更多的人远离艾滋病,我把自己的经历写成了一本书。”说着,她把自己写的书送给总书记。胡锦涛接过书,赞许地对她说:“你虽然被感染了,但始终保持乐观向上的生活态度,勇敢同疾病作斗争,并积极投身到预防艾滋病传播的工作中去。你的这种精神和行为令人钦佩。”“希望你始终保持良好的精神状态,保重好自己的身体,并在艾滋病防治工作中继续发挥作用,祝愿你拥有健康幸福的生活和充满希望的未来。”听了胡锦涛温暖的话语,她连连表示,感谢总书记对艾滋病感染者的关心。

疾控中心宣教室的墙上,张贴着“温馨关怀 信任理解”的标语,装饰着用一个个红丝带拼成的爱心图案。胡锦涛走进宣教室,同几位艾滋病患者家属亲切交谈,一一询问他们家庭生活和家中病人的情况。一位家属告诉总书记,自己和感染艾滋病的丈夫在医务人员帮助下,生了一个健康的孩子。胡锦涛看着孩子的照片,高兴地对她说:“祝福你们,祝福你们的小宝宝!”

胡锦涛深情地说,作为艾滋病患者的家属,确实很不容易。党和政府始终关心着你们这样的家庭,尽力给予你们实际的帮助。希望你们勇敢地面对困难,用爱心和亲情鼓励病人、照顾病人,使他们感受到家庭的温暖。相信有党和政府的关心帮助,有医务人员的精心治疗,你们的亲人会逐步康复的,你们的家庭也会幸福的。

离开疾控中心前,这里的工作人员纷纷围拢到总书记身边。胡锦涛对大家说,做好艾滋病防治工作,关系人民群众的身体健康和生命安全,关系民族的素质和国家的未来。目前,我国艾滋病防治工作任务仍很艰巨,需要全社会共同努力。广大医疗卫生工作者是防治艾滋病的主力军。希望你们坚持以人为本,大力弘扬人道主义和无私奉献精神,刻苦钻研艾滋病防治技术,全面做好宣传咨询、健康干预、救治救助等工作,切实把“四免一关怀”政策落实到艾滋病高危人群、感染者和患者身上,用爱心呵护生命,靠科学战胜病魔,为保障人民健康、促进社会和谐作出积极贡献。

随后,胡锦涛来到位于北京市朝阳区六里屯的秀水园社区。这个社区坚持群防群控,在健康教育、行为干预、感染者关怀和管理等方面做了大量工作,是北京市第一个艾滋病综合防治示范社区。社区露天广场彩旗飘扬,“遏制艾滋 履行承诺”的横幅十分醒目。人们佩戴着爱心红丝带,在这里开展社区艾滋病宣传咨询活动。胡锦涛走到大家中间,在一个个咨询台前停下脚步,同在场的艾滋病防治专家

和志愿者们交谈起来。

活跃在社区的志愿者工作队伍,为防控艾滋病发挥了重要作用。“爱心妈妈”倪素娟身患重病,却始终饱满热情参加志愿活动;“青春红丝带”志愿者韩昀峰,组织成立大学生志愿者团体投身艾滋病防控……

听着一段段感人的事迹,看着一张张热情的面孔,总书记动情地对志愿者们说,艾滋病感染者和患者尤其需要社会的关爱和帮助。近年来,参与艾滋病防治活动的社会团体和志愿者越来越多。大家以自己的爱心,向艾滋病患者伸出温暖的双手,提供热忱的帮助,使他们得到了精神上的鼓励,增强了同疾病作斗争的勇气。你们的工作很有意义。胡锦涛希望有更多的人热心参与艾滋病防治活动,给予艾滋病感染者和患者以更多的关爱,共同营造全社会防治艾滋病的良好氛围。

一些国际组织的驻华代表也来到了秀水园社区,参加这里开展的防治艾滋病活动。胡锦涛对他们的到来表示热情欢迎,对国际社会为中国艾滋病防治工作提供的真诚帮助表示衷心感谢。

胡锦涛说,防治艾滋病是一个世界性课题。中国政府高度重视艾滋病防治工作,热忱关怀艾滋病感染者和患者,认真履行作出的承诺,坚决遏制艾滋病疫情传播。中国政府愿同国际社会加强交流合作,大力推动全球艾滋病防治事业。我坚信,人类最终一定能够战胜艾滋病。让我们携起手来,共同为此作出努力。

(资料来源:中央政府门户网站 http://www.gov.cn/ldhd/2007-11/30/content_822302.htm)

2. 卫生部“中国艾滋病防治联合评估报告”

2006年以来,国务院颁布了《艾滋病防治条例》,制定《中国遏制与防治艾滋病行动计划(2006~2010年)》,积极履行向国际社会做出的承诺,完成了“三个一”框架的建立,制定了一个国家的防治规划,建立了国家统一的协调机制,建立了统一的艾滋病防治监督与评估体系。

国务院总理温家宝和副总理吴仪邀请艾滋病致孤儿童到中南海做客,发挥了表率作用,各级政府防治经费投入力度进一步加大。中央财政艾滋病防治专项经费从2006年的8.54亿元,增加到2007年的9.44亿元。深入开展各级干部的艾滋病政策宣讲活动,提高领导干部对防治工作的认识,加强各级政府对艾滋病防治的领导。

多部门合作逐步深入,开展了农民工预防艾滋病宣传教育工程、中国儿童青少年预防艾滋病活动、大学生预防艾滋病宣传教育活动等一系列重大专项防治活动。

在全国范围内,艾滋病综合预防干预措施和宣传教育工作进一步深入。以暗娼人群为目标的干预措施覆盖面和深度不断加大。2007年,暗娼行为干预工作扩大到全国所有的县(区)。2006年国家行为监测数据显示,暗娼坚持使用安全套的比例从2001年的14.7%,上升到2006年的41.4%,从不使用安全套的比例从

2001 年的 37.4%，下降到 2006 年的 7.5%。

男男性行为人群干预工作在试点的基础上，逐步扩大和深入。针对吸毒人群的美沙酮维持治疗工作在全国稳步推进，截至 2007 年 10 月底，全国 22 个省、市、区共开设 397 个美沙酮门诊，参加美沙酮维持治疗的海洛因成瘾者累计 88313 人，清洁针具交换工作作为美沙酮维持工作的补充，在一些吸毒较严重的地方逐步展开。有效遏制了艾滋病经采供血途径的传播，全国无偿献血在临床用血的比例由 1998 年的 22%，上升到 2007 年上半年的 98% 以上，其中自愿无偿献血比例从 1998 年的 5.5%，上升到 2007 年上半年的 95% 以上。

预防母婴传播工作稳步进行，自愿咨询检测全面展开。目前，全国 31 个省、市、区已建立免费自愿咨询检测点 4293 个，每年接受咨询检测的总人数在一百万人以上。

积极落实“四免一关怀”政策，免费抗病毒治疗工作覆盖了 31 个省、市、区的 1190 个县区。截至 2007 年 10 月底，接受抗病毒治疗的艾滋病人数累计 39298 人，治疗的规范程度逐步提高，建立了艾滋病耐药性的监测系统，同时，积极探索中医药治疗艾滋病的方法，关怀救助措施逐步落实。

社会团体、民间组织和企业正在积极参与到艾滋病防治活动中来，参与领域越来越广，作用日益重要。以社区为基础的民间组织数量也不断增加，正在成为艾滋病防治工作中一支不可缺少的力量。社会名人在艾滋病宣传中的重要作用进一步显现。

（资料来源：中央政府门户网站 http://www.gov.cn/xwfb/2007-11/29/content_820426.htm）

3. 中国预防性病艾滋病基金会及其工作

中国预防性病艾滋病基金会成立于 1988 年（原名为环球性病艾滋病基金会，1994 年改为中国预防性病艾滋病基金会）。鉴于当时国际上某些国家和地区艾滋病流行猖獗，对我国威胁日益严重，为严防艾滋病在我国流行，将艾滋病拒于国门之外，原国家卫生部部长钱信忠博士和姬鹏飞、朱学范、费孝通、王光英等倡议成立中国预防性病艾滋病基金会，该基金会是由我国医学界研究性病和艾滋病的专家及社会活动家、企业家组成的非营利性的民间社会团体。基金会的会长由中华人民共和国卫生部批准，中华人民共和国民政部审核登记，颁发证书。基金会的首任名誉会长是原国家副主席荣毅仁、国务院副总理姬鹏飞和全国人大副委员长朱学范、费孝通。现任名誉会长是原国家卫生部部长、基金会创始人钱信忠博士。基金会的宗旨是：遵守国家宪法、法律、法规和政策，遵守社会道德风尚，团结国内外力量，开展对性病、艾滋病的宣传教育和防治研究，为控制性病和艾滋病，造福人类作出贡献。

基金会作为国内成立最早的防治艾滋病的非政府组织，自成立以来，发挥社会团体便于以多种形式协助政府开展防治工作的优势，做了大量工作。开展的主要

工作如下:

(1) 1991 年拍摄了我国第一部反映防治性病、艾滋病的科普教育录像专题片《艾滋病追踪》,在全国发行,获卫生部“特别奖”。

(2) 1991 年设立“小西防治艾滋病奖励基金”,与卫生部一起数次奖励卫生部等有关部委下属单位和各省市自治区卫生系统评选出来的,积极从事艾滋病科研、教育、宣传、防治工作的优秀工作者和先进集体。

(3) 1995 年与中国中医研究院等单位合作,成功举办“国际艾滋病研讨会”。

(4) 1996 年创办《国际性病艾滋病信息》专业期刊,编写了艾滋病科普书籍《世纪的警告》等出版物。

(5) 1997 年以来,与各地政府的有关部门及非政府组织合作,在广州、南宁、北京、乌鲁木齐等地成功举办了大型“预防艾滋病教育展览会”;之后,根据各地的要求修改制作的展板,推广到全国二十多个省市。

(6) 提供防治艾滋病热线咨询,从 2001 年起开通了《艾滋病在线》网站。

(7) 1999 年参与中国科学院组织的遏制艾滋病流行策略调查并写出调查报告。

(8) 2000 年与国内媒体合作拍摄并播出有关艾滋病的科教片《世纪的警告》等宣教片,2001 年又与北京电视台共同举办大学生艾滋病知识竞赛活动。

(9) 近年来,在卫生部和有关国际组织的支持下,到农村地区与基层卫生部门开展预防艾滋病宣传教育:2000 年在山东潍坊和河北邯郸农村地区利用广播、电视、展览、传单、讲座等多种形式开展防治艾滋病的健康教育工作;2001 年在山东潍坊地区建立健康教育基地,在农村地区开展宣传防治艾滋病工作;2001 年与山西省卫生厅合作,在山西夏县开展以“建立一个无歧视的社区”为目标的艾滋病健康教育和干预的活动,两地的工作都取得了成果,成为基金会农村艾滋病宣传教育点。

(10) 广泛参加国际交流,参加各种有关的国际会议并举办介绍有关我国、该基金会开展预防控制艾滋病工作的展览。

(11) 与多家医疗机构合作提供有关性病、艾滋病的防治咨询及宣传教育服务;在各地举办艾滋病、性病检测检验技术培训班。

(12) 2003 年,在全国发起了大型社会动员“121 联合行动计划”,得到国家 45 个部级单位、52 个社会团体和 42 家主流媒体及众多国际组织的积极参与和支持。其意义在于:政府主导,多部门、多组织、多团体,包括企业在内的各种社会力量共同协作和参与,最大限度利用社会各种资源和力量,共同对抗艾滋病。

(13) 2005 年,在全国开展“121 红丝带爱心一元捐”活动,动员全社会“每人捐献一元钱,共同抵御艾滋病”,筹集的善款将用于资助艾滋病致孤儿、艾滋病人及感