

ZHIMANDUOCAIDESHJUE

直面多彩的世界

周 锦 尉 著

周 锦 尉 著

文新
名编辑
名记者丛书

二十多年以来

在人民日报等报刊发表二千多篇理论文章和新闻作品

几十次获全国和上海市的各类奖

2000年荣获新闻界最高奖全国第四届中国新闻奖

近年来撰写、主编、合著了二十余本著作

2001年9月被调任上海市委宣传部工作

任副局级巡视员、理论处处长兼任文汇报评论委员会委员

直面多彩的世界

※

你不像上海人

提供诚信要动真格

走私科长掉进了“黑洞”

市民关注什么

怪事，处女膜也进市场



文匯出版社

周 锦 尉 著

直面多彩的世界

文 · 新 名 编 辑 名 记 者 丛 书

文匯出版社

图书在版编目(CIP)数据

直面多彩的世界/周锦尉著. —上海:文汇出版社,

2003.1

ISBN 7-80676-246-9

I. 直... II. 周... III. 社会科学-随笔 文集

IV. C539

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 065735 号

直面多彩的世界

著 者/周锦尉

责任编辑/钱汉东

封面装帧/周夏萍

出版发行/文汇出版社

上海市虎丘路 50 号

(邮政编码 200002)

经 销/全国新华书店

印刷装订/上海市印刷十厂

版 次/2003 年 1 月第 1 版

印 次/2003 年 1 月第 1 次印刷

开 本/850×1168 1/32

字 数/25 万

印 张/12

ISBN7-80676-246-9/G·120

定 价/25.00 元



作者近影

目 录

流产的“名牌评选”/1	网上过新年/31
“三驾马车”/3	“天知地知 你知我知”/32
加减法亦有难题/5	亮出“劳模品牌”/34
级差地租、社区文明与社区开发/7	敢与世界“强队”踢球/36
奈斯比特最新的一个判断/10	申城消费新观念/38
强化经营管理者分配激励机制/13	笼子里的“老虎”/40
惩处“豆腐渣工程”/16	“后燕方式”的冲击力/42
从“单位人”到“社会人”/17	现代生活的一个新趋势/43
向我们走来的知识经济/19	新房透露的信息/45
再说关照“弱者”/21	由地球村共同仪式想到/47
九曲桥畔看社戏的联想/23	警惕“周诗万们”的攻关/49
从“研究王国”到“工业王国”/25	中关村是一面旗帜/51
最流行的词汇——网/26	屈臣氏搜身案的另一面/53
人均 GDP 上了 800 美元/28	经常讲,反复讲/54
多做事半功倍的好事/30	重视身边的唯物论教育/56
	诱人的节假日空间/59
	追求卓越的冲动/60
	吸引力在哪里/62

- 直面多彩的世界/65
欣闻京沪高速通车/68
记住“365”/69
新千年的头号新闻/70
警惕“审批经济”/71
上海支柱产业换位/72
又一种时尚/73
中国第一经济问题的变化/75
企业请客,市场买单/76
张大千名画给人的警示/78
新“十八条”/80
“作假”吉尼斯纪录/81
克隆器官和贫铀弹/82
蛇年说救蛇/83
美臀也成业? /84
驱鬼的最好时机/86
为何不肯说“Aplogize”/87
海湾战争一个谜/88
可爱的纳米/89
人生第一课/90
怪事,处女膜也进市场/91
你有“循环经济”理念吗? /92
港台外汇储备名次换位/94
跨过 4000 美元这道槛/95
“红头文件当街送”? /97
关注“毁灭性创造”/98
得人心的“三不”规定/99
观念更新无止境/100
来之不易/102
等待戈多/104
“失业”这个词/105
令人汗颜的京骂奇观/107
两则相关联的新闻/108
成克杰的记性/109
曼联是个大企业/110
启动消费不是“启动浪费”/112
文化消费的一个账目/113
现代化进展如何/114
不再是沉默的羔羊/116
一本细账/118
“和平号”,走好/119
岂能双重标准/120
关键在师德/122
竟开设“自杀网站”/123
关注基尼系数/124
铲除现代社会中的毒瘤/126
绿色新闻/127
也谈“博导读博士”/129
“订单农业”/130
“两会”走进网民中/131
眼睛与屁股/133
看通用流水线/134
防病重于治病/136
“法轮功”发作的背后/137
决非“一介平民”/139
“水仙”不仙的启示/140

- 警惕冒牌“上海货”/141
垃圾筒升级换代/143
劳动光荣/144
你会选择吗? /146
杀牛羊保北京? /147
滑稽的“馒头办”/148
从“5·8”到撞机/149
抽水马桶 369/151
过度包装/152
二奶奶精明的背后/153
启蒙赌博心理? /155
“信用档案”的威力/156
周岁生日感言/157
广告也要讲政治/158
白景琦是谁? /159
圣地岂能做广告/160
“交通消费”新感觉/162
向“零错误”迈进/163
从校园凶杀案想到/165
欣闻污染环境者被判刑/166
同一屋檐下筑巢/167
可怕:“70%用于铺路”/170
一起贿选闹剧/171
骗子惯用的伎俩/172
破解“红楼”迷局/174
免受这份“罪”/176
走“独木桥”的压力/177
再说信用档案/179
预期过高出泡沫/180
看一幅煽情广告/182
析胡长青临刑前言/184
从烟花到冰箱/185
且慢说“中产阶级”/187
取消职称之我见/188
关照“代际平衡”/189
启动 4050 工程/191
成人世界的缩影/192
看不懂的“宠物消费”/193
朱镕基的一次破例/195
扫“性涂鸦”垃圾/197
明星中的富妹妹/199
警惕“挖墙角”/200
三件衬衫上榜的喜与忧/202
跨进 WTO 门槛/203
两千亿美元意味着什么/205
从山下到山上/206
“门槛”将进一步降低/208
出国潮和回国潮/209
跨国公司青睐中国/211
宁可倒数第一/212
细读“万民书”/214
缤纷的月饼包装/216
WTO:更广阔的空间/217
教育不应“产业化”/218
丑陋的黑心棉/220
对反腐倡廉评价如何/221

- 惊诧如此“双赢”/223
记住这二十个字/225
推荐 36 个“不等式”/227
快乐指标:生活质量新概念/
229
“2030 工程”与身价/231
“四条死亡线”的警示/233
提倡诚信要动真格/235
逛“新天地”的体验/237
WTO 呼唤年轻领军人物/238
有感于为动物修路/240
缉私科长掉进了“黑洞”/242
如此高的“换手率”/244
新年的于光远/245
级差地租新概念/247
有感“上海的比弗利山庄”/249
唐装现象/250
劳动雇佣资本/252
你不像上海人/254
诚信已有数据平台/255
新产业在哪儿/257
要有“人才安全”措施/260
旧“奶酪”与新“奶酪”/261
环保是硬道理/263
市民最关注什么/265
观念更新:一年又一年/266
都市的瑕疵/269
学会选择与被选择/271
锦上添花还是雪中送炭/273
傻瓜词典的惊诧/275
关注“北飘集团”现象/276
鲨鱼的牙齿/278
牛奶现象/280
风水轮流转吗/281
与未来相约/282
歌手不知香港回归年/284
两头小、中间大/286
变形的礼品市场/287
不公正,使人难受/289
沉默的“阿尔芙乐”/290
有一座理论家纪念碑/292
关注浙江现象/293
莫斯科乘出租车有感/295
难打的“三大战役”/297
你敢穿我就送/299
让老百姓得实惠/300
如何评价“寓公”一族/301
文凭需求与文凭腐败/303
隐私商业化/305
拓宽发展的“思维版图”/306
这种编造居心何在/309
志愿者教你当老板/310
做官、做秀、做事/312
专家与杂家/313
投入与产出/317
更上一层楼/320

关于“示范群体建设”的理论对 话/324	三个代表：治党治国的伟大纲 领/347
话说“视觉冲击力”/331	何来震撼力/356
优良作风和制度建设/333	追求健康人格 弘扬时代精神
入世：新闻媒体面临“双刃剑”/ 344	/362
	后记/373

流产的“名牌评选”

获得名牌是企业界人士的一种企盼。在市场经济充分发展、中国市场对外开放的情况下,产品有一个知名的品牌,会在激烈竞争中起到不可估量的作用,尤其在外国名牌产品打入中国、挤压中国名牌产品的情况下,更激发了人们创名牌的积极性。

照理说,创名牌的关键不在“名牌”两字,而是一个“创”字,也就是策划产品,设计产品,制造产品,推出产品,占领市场,并获得消费者公认的过程。这个“创”字有着一个艰苦的创造性的劳动过程。

大千世界真是无奇不有。有需求就有供给。名牌需求也有“名牌的供给”。近日,一些企业收到了中国社会调查所发出的关于评选“中国公认名牌”产品的通知。通知这样写道:“为中国名优产品不断开拓市场,走向世界,中国社会调查所决定继续利用现代社会调查手段,开展卓有成效的‘中国公认名牌’的产品社会评价调查……这不仅将直接有利于企业产品的宣传和促销,而且在无形资产评估时将会为企业直接增添数百万、数千万元甚至更多的实际价值……”

真是一个诱人的启发和点拨:请参加这一评价调查活动吧,利是大大地有。而企业的支出是怎样呢?通知又写道:企业要填一张表格,交3万元左右的“公认费”,中国社会调查所在一个月将为参评企业颁发铜牌。当然也说明要通过市场调查和消费者问卷综合评选的程序。

我想,作为企业界人士见到通知是会“心动”的。“支出”是3万元,“收入”是数百万元、数千万元甚至更多,花的时间是“一个月”,何乐而不为。又一想,发起评选的单位“得利”更可观,“问卷”的成本费是有限的,恐怕花不了万把元钱,“问卷”按照“现代方式”是“抽样”的,“抽”得多少,“怎么抽”又是一个“闷葫芦”。当然“出了钱”评选不上也难交待。全国大小企业不知有多少啊,有十分之一,百分之一“愿者上钩”的,收入将是“天文数字”。当问及“权威性”如何时,这一调查所的一位刘小姐坦言道:这一评选是根据广大企业创名牌的需要而设计的。至于国家承认不承认是另一回事。如今名目繁多的上榜品牌活动要说权威性,没有一家是国家承认的,都是各个行业自己搞的。由此,明眼人一眼看清这家调查所的“创收策划”,真可谓“高明”!

当然,这类策划已受到国家的制约。国家经贸委企业司的负责同志已明确否定这个“中国名牌公认”活动。认为这是以盈利为目的的评比活动,评比方法不科学,不公正,而且对评比出现的后果不负任何责任,对所评产品的质量不作任何实质保证。所谓“中国公认名牌”商品质量参差不齐,甚至有国家质量监督机关抽查不合格产品。因此,这类评选一律无效。国家技术监督局质量司的官员也出面表态予以制止,并责令退回已收的费用。

一次流产的名牌评选告诫我们什么呢?我想有这样三点:其一,市场经济是讲究适销对路的经济,有需求就有供给,寻找自己的生存和发展空间,确实要从分析需求中去发现新路子。然而,供给应是货真价实的,而不能是虚假的、“大兴的”,如同上述评选还有“现代手段”作幌子,叫企业“上钩”。其二,中共十四届六中全会《决定》中曾分析在市场经济发展中,假冒产品和诈骗活动已成为社会的公害。我分析,这种“假”的问题,不仅在产品中,也就是在各种令人头痛、令人防不胜防的“假货”之中,而

且在社会的各个环节中也有掺假活动,包括评估、评比、监督、检查等等。只要钱塞上去,“到位”了,资产兼并、收购上少“估”它几千万的情况时有听说,只要钱送上去了,获得一块金光闪闪的牌子也十分容易,这还有什么公正可言!因此,打假要打到社会生活的各个环节之中。其三,创名牌是当前中国经济发展中的一个重要环节,获得名牌也是企业界人士所追求的。但创名牌不是股票市场的“炒作”,来不得半点虚假,这是一种从市场调查、产品生产,到最后产品在市场上完成“惊险一跳”的过程,是一个复杂的系统工程,需要我们一步一个脚印踏实地去干。

(1998年2月5日)

“三驾马车”

经济拉动主要靠“三驾马车”的作用。“一驾”为投资,“一驾”为消费,另“一驾”则为出口。去年我国的GDP增长8.8%,就是这“三驾马车”拉动的。投资在增长率中占3.4%,消费占4.9%,出口占1.7%。我国经济要保持持续、健康、快速增长,是十五大提出的关键时期的两个课题之一。今年确保GDP增长8%成为一个大局性的问题,牵动中央领导到黎民百姓的心。关注和解决好“三驾马车”有力启动和奋勇向前的问题,是我们认清形势,有所作为的一个课题。

经济热起来,加大投入力度,是人们都会想到的点子。但投资什么,在哪些部门区域投资则大有讲究。因为低层次的重复建设,我们吃的亏太大了。人民日报前些日子又重提罗斯福新政,值得令人深思。罗斯福新政是二战后发达国家运用凯恩斯

理论的一个典型,凯恩斯理论的代表作《就业、利息和货币通论》开辟一个时代,主要由“看不见的手”进入既有“看不见的手”(价值规律)调节经济,又将“看得见的手”(政府干预)参与调节。而这“看得见的手”主要展开基础设施,称为“公用品”的建设。那时美国展开大规模的高速公路网的建设。这种建设过程,拉动GDP增长,带动很多相关产业的启动,另外,基础设施建成后,各行各业都有好处。我们当然不会照搬西方的经济理论,但也不无借鉴的意义。我国新一轮的发展中,交通、环保、农业设施的大量投入就是从中国实际出发,又借鉴别人的很好思路。上海在“一年一个样,三年大变样”的几年建设中,已在交通、通信等基础设施建设上取得卓著的成果。在下一阶段,在加强城市管理的同时,上海的建设者并没有在基础设施的投入上停步,而是在浦东机场、海港、信息港上有更大作为,如果说上一轮的基础设施主要在市内联系为主的话,新一轮的建设是上海与外省、外国联系的更宏伟的设施。另外上海在“绿化工程”上有巨大的投入,这将使上海的环境质量有显著提高。

消费“马车”的拉动涉及千万家的厂家、店家、公司,涉及到无数的消费者。一方提供,一方买进在过去是“供不应求”,可这些年进入“买方市场”以后,这驾马车的拉动也够难的。“削价销售大战”已杀得天昏地暗,政府不得不出来说话,上门促销,敲门没商量,已变成了“滑稽小品”的素材;鼓励“用明天的钱”,不少人对明天收入预期不理想,参与热情并不高。尽管商场里的货架上物品丰富,可一下子却变得“消费无热点”。不少市民说服装买得衣橱里挂不下了,家用电器也更新换代了,买什么好呢?有抽样调查数据显示,不少人最想买的是房子,可钱又不够。人们翘首以盼住房货币化的改革方案出台,由此可作点操作。确实,住房消费是“龙头消费”。住房不到位,很多消费难到位,只有十平方一小间,连买个大彩电也不行。而且新住房的装

修就是很大的一笔消费。此外,有一项对国内 25 个城市居民的抽样调查显示,有 63.5% 的人在五年内有购车的愿望。看来,“消费马车”的启动与厂家、商家的好的思路和策略大有关系,从研究人们的消费趋向中动点脑筋,是大有可为的。

近些年中国货被看好,“出口马车”应该说也是跑得十分欢快的,进出口中去年还顺差 405 亿美元。去年下半年以来,由于周边国家货币贬值,人民币又岿然不动,汇率的变化,使我们的出口有前所未有的难题。好在“东方不亮西方亮”,东南亚暂时打不进,就打到欧洲、非洲、美洲,这方面我们有关方面的人士也有策划和举动。今年上半年出口的指标还有增长。

在跨进“金色十月”的时候,我们大家齐心协力加把劲,从各自可能出力的范围内,使这“三驾马车”跑得更稳健、迅捷。

(1998 年 10 月 26 日)

加减法亦有难题

数学最简单的就数加减法了,幼儿园的稚童在老师的启发下开始掰着手指算起来了。可生活中加减法有时就是一道道难题。笔者有幸被推荐参与单位最后一届福利分房,以平时搞理论的思路,做起“加减法”的题目来。沿袭老的福利方法,不顾及地段因素,出现实际分房所得是应得面积的一倍的情况,职工“戏称”为“分一送一”,心理实在难平衡,于是意见纷纷。又以货币贴补方法介入,相对公平了,但原有住房基础差的住户与前一种方法比较则“做了减法”,而基础好的则又“做了加法”。实际操作中真有难题噢。

改革 20 年推进中不正是有“加减法”的难题么,也就是从前“普遍做加法”到 90 年代后的“做加减法”。以经济学的语言来说,叫做从“帕累托改进”到“非帕累托改进”。帕累托,意大利经济学家,他的经济理论中有一条原理,规范表达,由意文译过来十分拗口,通俗理解,“我的改革措施不影响他人利益,或者他人也可以从中获得点好处,叫做帕累托最优、帕累托改进”,反之,则为“非帕累托改进”。

80 年代,我国改革全面展开,改革的对象是旧的计划经济体制,为什么改它?最主要的是这种体制高度集中,权和钱都集中在中央,影响和损害了地方、企业的积极性。于是纵观 80 年代改革进展,改革的“形态”是“放权让利”的过程。地方、企业、民众从中普遍得到好处。这种改革的推进当然比较顺当,认同感比较高,因为普遍是“做加法”,尽管“加”得多少有不同,也有“吃肉骂娘”的,但“帕累托改进”毕竟接受度较高。据说,东欧一些国家的改革在最初的七到八年中也还顺利。

进入 90 年代以后,这种“普遍做加法”的改革推进发生了变化。笔者在 1991 年采访经济学家刘国光时,他就说出这个道理。中央没有这么多权可以放,没有这么多利可以让了。以后的改革是利益相互调整的阶段了。1980 年中央财政占 GDP 指标的约 25%,1997 年底中央和地方财政加在一起占 GDP 指标的 11.55%。如今,改革措施推出,一种情况是一部分人得益,一部分人暂时受损失。新体制部分、新增长点、朝阳产业、支柱产业“做加法”多,旧体制部分、调整的产业、夕阳产业“作减法”多,当然为了大局,为了今后新的更大发展,也需要作出奉献和牺牲。也称为“改革带来的代价和成本”。

那么,属于“做了减法”的人们,是否感到吃了亏而耿耿于怀,抱怨自己命运不济呢?我以为,也不必。由于改革后多元发展,机会多了,视野广了,赚钱门道多了,回旋余地大了,“做减

法”是暂时的,从“做减法”变为“做加法”的途径也等待智慧和勤劳的人们去寻找。比如,下岗应该说被看作一种“减法”,但下岗以后,机会抓得好,奋斗得好,可能比原来从分配到厂一直干到“光荣退休”几十年“一贯制”,工作生活得更好。“庄妈妈”下岗后搞“净菜社”、“净菜公司”,成了全国先进模范,就是一个生动的例子。

既然改革是利益调整的过程,改革措施的推出对每个人来说往往都有做“加减法”的过程,比如,适应市场经济发展的福利制度推出,就改变完全躺在国家身上的低水平计划经济福利制度,变为国家出一块,企业出一块,个人腰包里掏一点。对此,拥护改革的人们应该欢迎和支持这种变革,有一种改革者的心态。

(1998年2月9日)

级差地租、社区文明与社区开发

上海正面临“千年等一回”的发展机遇。邓小平南方谈话以后,上海的发展速度日新月异,令世人刮目相看。上海发展的战略思路是一个系统工程,其中,创建文明社区是一个十分重要的子系统,这既是社会主义精神文明建设的直接的一条实施方案,又是物质文明建设和社会全面发展的不可缺少的一条对策。

随着市场经济的发育,上海人逐渐地感受到级差地租的作用。中心地段的地价不断上升,中心地段土地与市区其他地区的土地置换,生成大笔资金;利润率较低的加工业向城市边缘地区迁移;大批居民向边缘区迁移,从而改善了自己的居住条件;城乡结合地区冒出不少“暴发户”。人们直接感受到土地区位的

力量。原来上海人只是有“上只角”、“下只角”的概念。如今变成了地段的级差可生出钱来的观念。从地段、土地置换上动脑筋去开发经济,成为不少经营者在大都市“淘金”的一个思路。而从老体制下土地不计价到市场经济下土地要商品化,土地和级差地租的潜力就更成为一个有待开发的“金矿”了。从更广阔的视野来观察,土地与土地上的人是结合在一起的,社区的文明创建是地区开发中的一个十分重要的环节。

级差地租这个概念最初出现在亚当·斯密著作之中,以后为经济学家包括马克思所采用。级差地租有农业级差地租,也有城市级差地租。级差地租(Ⅰ)是从地理位置上说的,即越是交通便利的地方,收益就越好,土地所有者就获得高一点的级差地租。反之,就收益差一些。而级差地租(Ⅱ)则是指对同一土地作较多的投资,以改善土地的产出率,由此同样成为级差地租较高的地方。城市级差地租也有因地理位置和地区基础设施不同形成的级差地租(Ⅰ)与级差地租(Ⅱ)之别。相比而言,级差地租(Ⅰ)是“先天的”、级差地租(Ⅱ)是“后天”的。而即使是级差地租(Ⅰ)因大规模的交通道路改造,也会发生变化,也有一定的“后天性”。

经济学家分析级差地租,较多地从地区的经济发展条件角度加以考察,其实,现代人越来越重视投资场所中的人文因素,创建文明社区就是一个不可忽视的因素。美国学者罗伯特·赖克写了一本令人关注的著作——《国家的作用——21世纪的资本主义前景》,其中有专门章节分析了现代社区的作用。他在书中说:“社区是国民生活的现实根基”。首先,“清洁的空气和水,个人的安全,令人心旷神怡的景色都是正常人十分珍视的方面”;其次,“你居住的地区越来越决定你所得到的公共服务质量”;再次,“对下一代教育的好坏决定我们在全球的竞争力,决定国内经济是否健康,决定我们社区的素质与活力。”事实上,美