迈向体验经济：试论以"体验"为主导的差异化定价

■ 中国社科院数量经济与技术经济所信息化与网络经济室主任 姜奇平

当前炒作得沸沸扬扬的大数据杀熟，把差异化定价问题推向了风口浪尖。凡事都有另一面，如果因为反对大数据杀熟，而退回传统单一品种大规模生产时代的"薄利多销"，就成了开历史倒车。在线经营者通过大数据技术对消费者精准"画像"，可用于提供"不同"的产品或服务。数字经济所倡导的差异化定价、个性化服务等理念，与工业经济时代的价格一刀切、同质化大规模生产理念之间存在矛盾。发展数字经济，必须强调体验，因此差异化定价有值得正面肯定和提倡的方面。

一、问题由来：大数据杀熟中的曲折是非

（一）大数据杀熟与差异化定价

大数据是当前数字经济发展的重要技术基础之一。作为技术概念，大数据是中性的。但"大数据杀熟"这个词带有明显情感色彩，杀，是一个刑事概念；熟，涉及的是道德。而且大数据杀熟实际指涉的熟，与传统线下"杀熟"中的"熟识之人"没有关系，绝大多数是从未见面的生人。对此，我们需要冷静客观的分析。实际对应的理论问题，是如何看待差异化定价。

大数据杀熟的前身，是讨价还价。知道对方承受力底细后，最大限度榨取买方的消费者剩余（consumers´ surplus）。在价格杀熟中，开始运用数据，最早见于1101年，张择端《清明上河图》出现几个鬼鬼祟祟、袖子特别长的人，在用袖子遮掩用手指讨价还价，这叫"袖里吞金"。其不透明的差价定价，今天称为价格歧视（price discrimination）。1573年，学者徐心鲁《珠盘算法》，最早描述了袖里吞金算法，后成为晋商的拿手功夫。

互联网有记录的"大数据"杀熟鼻祖，是2000年9月亚马逊搞的差别定价实验。亚马逊选择了68种畅销DVD，根据潜在用户的人口统计资料、购物历史、上网行为等，进行差别定价。其中，名为《泰特斯》（Titus）的DVD光盘，对新用户的报价为22.74美元，而对那些老用户的报价则为26.24美元。老用户一旦删除cookie（一种收集用户历史数据的程序）后，报价可变回22.74美元。

为回避消费者的口诛笔伐，亚马逊推出了真正的大数据杀熟算法，即基于大数据的动态定价策略。在动态定价算法之下，可基于用户的购物模式等，每半个小时，对商品价格进行5万多次变动。中国把亚马逊"古代"玩剩下的这种方法，起名"大数据杀熟"，抄袭回了国内，成了现在"酱紫"（这个样子）。

按理说，讨价还价，也可能以买方压价收场，人们自然也可以反杀熟——对卖方知根知底后，反过来杀价卖方。但总体来说，买的不如卖的精。因为信息不对称。

这个问题，在技术上是容易解决的，只需一招，就可以将卖方吃得死死的。这就是启用比价插件。通过比价插件自动货比三家，相同的品牌相同的型号，杀熟就杀不成了。其本质，就是让信息不对称变成信息对称。买方与卖方一样精。

不让卖家掌握买方信息这一条，有很大副作用。"大数据杀熟"有三个要件，一是大数据识别消费者；二是差异化定价，三是产品或服务同一。合起来就是，在线经营者利用大数据等技术手段，针对不同消费特征的消费者，"对同一产品或服务在相同条件下设置差异化的价格"（varied prices for same product or service based on different consumers）。问题是，"立即删除或撤回"用户数据，可能与要件三冲突。因为大数据识别消费者，差异化定价，也可用于提供"不同"的产品或服务，过早删除个人数据，可能伤及个性化服务。

（二）大数据杀熟与价格歧视

首先，如何看待用户数据采集与分析行为。

没有这种行为，用户就谈不上由生变熟。用大数据采集与分析用户行为，并不是违法行为。数字经济要发展，大数据要发展，就不能把采集与分析用户行为当作违法行为来对待。可以按保护与利用并重的原则来加以规范。可见，利用大数据，把用户"从生变熟"（确定目标用户），从更好为用户提供精准服务角度说，是值得鼓励的。相反，不用数据区分用户，狂轰滥炸式地进行盲目广告宣传，会造成资源的浪费。对用户个人信息，是当隐私保护，还是当个性化信息开发，其中尺度的把握，要把主导权交给用户。用户如果愿意接受熟客服务，也不应限制。

其次，如何看待向消费者推送商品或服务信息的行为。

这里可能涉及的一个违法之点，是价格欺诈。比如，通过大数据找到目标用户后，利用用户无暇比价，将高价声称为全网最低价，别无分店。这就构成价格欺诈。现行《价格法》《关于商品和服务实行明码标价的规定》《禁止价格欺诈行为的规定》《消费者权益保护法》等法律法规可供援引。

价格欺诈损害消费者的知情权。我国《消费者权益保护法》第8条规定，消费者有权知悉商品价格的真实情况，包括价格是否公开。例如，利用大数据打出租房屋广告，推出房源紧张、价格可能上涨等不实信息，就侵犯了消费者的知情权。

但知情权是否包括经营者的"差异化定价"及其定价机制，法律并无明确规定。

第三，如何看待商家推出有别于他人的价格的行为。

同一产品或服务，商家可以不可以推出比别人更高的价格？凭常识可知，这是完全正常的。商家作为微观个体，不确知市场均衡价格，报价过低或过高，都会承担相应后果。那是不是附加上商家了解用户信息这一条件后，上述行为就从合法变为非法呢？据有关专家分析，上述法规并未禁止经营者通过大数据技术对消费者精准"画像"并据此区别定价的行为。而且，根据大数据"画像"后，有的商家决定提高价格，有的决定降低价格，后者是不是要罚，为什么？难道是依据道德？

第四，如何看待不同的价格，对应的是同样的商品或服务。

专家与大众看待"大数据杀熟"有一个明显不同，专家一般会守住价格歧视这条底线，即把"大数据杀熟"限定在对同样的产品和服务给出不同价格这一点上。而大众往往会把另外一大类现象划进来，这就是利用大数据出高价，对应的产品有质的不同，或产品附加了上述五类服务，或提供的是产品解决方案（大于单个产品价格之和）。这些显然不仅不属于违法行为，而且正是高质量发展鼓励的高附加值的方向，比打价格战更值得提倡。

至于价格歧视，"大数据杀熟"主要涉及的可能是一级价格歧视。一级价格歧视又称完全价格歧视，指的是企业知道每一个消费者对任何数量的产品所要支付的最大货币量，并以此决定其价格，所确定的价正好等于对产品的需求价格，因而获得每个消费者的全部消费剩余。

但依据现行法律认定"大数据杀熟"属于价格歧视，存在限制条件。《价格法》中规定的价格歧视针对的是其他经营者，而"大数据杀熟"主要是针对消费者。

在"大数据杀熟"成为热点背后，还隐含着一个容易被忽略的更深层次的问题。这就是数字经济倡导的差异化定价，个性化服务，高附加值发展这些新理念，与工业经济遗留的价格一刀切，薄利多销，同质化大规模生产的传统理念之间，存在矛盾。面向高质量发展新格局，建设性的努力，不应是把重点放在消除差异化定价上，而应是鼓励差异化产品与差异化服务发展，与价格名实相副，让优质获得优价。大数据应用需要规范，但不应出于传统道德将大数据污名化，应顺应个性化服务时代的历史潮流，更好发挥大数据在科技向善方向上的作用。

二、差异化定价不等于价格歧视：数字经济学的新解释

瓦里安、夏皮罗《信息规则》曾将价格歧视作为分析的中心，全书除了首尾两章总论外，可以分为需求（第2至4章）与供给（第4至9章）两大类，分别围绕差异化定价与差异化成本两大方面，对数字经济进行了事无巨细的描摹。与差异化需求有关的主题包括"个性化定价"、"版本划分"、"群体定价"（网络效应锁定、"共享定价"），以及"捆绑"、"促销定价"乃至需求曲线。信息经济的观点倾向于认为，不仅不同的供给可以决定差异化定价，而且不同的需求也可以决定差异化定价。后者解构了反对大数据杀熟的大半立论基础。

（一）"市场能够做到完全歧视定价"

这个观点在信息经济学中由来已久。例如斯蒂格里茨认为"市场能够做到完全歧视定价"。

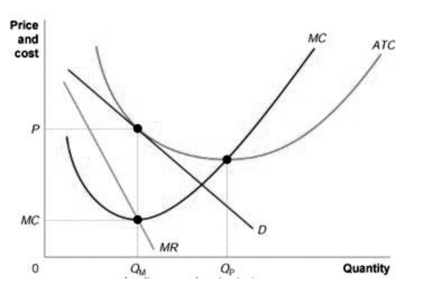
在D-S模型中，固定成本构成了垄断竞争均衡的条件。这是因为，在D-S模型看来，以往分析"未能明确地考虑多样性的需求"，从而导致"认为该均衡导致过度的多样性"。

设n为消费品种数。任意一对商品之间的替代弹性为$1/(1-\rho)>1$。替代弹性$1/(1-\rho)>1$，即$\rho\in(0,1)$时，意味着品种n对效用的影响是正的。若两种产品的相对价格上升1%，则它们的相对消费量的下降会大于1%。高替代性说明人们对消费品种数扩大有偏好。

这可能导致定价高于边际成本的歧视定价，但如果没有成本方面的合理解释支持，则不能认为符合市场的完全竞争要求，而显得不自然。给出固定成本这个原因，有利于证明"市场能够做到完全歧视定价"，背后隐含着产品与服务的多样化，而非同一个质的产品与服务。

为此，D-S模型将固定成本a界定为：

$$(p_n-c)x_n=a \quad [2-16]$$



D-S模型中的垄断竞争示意

这里的p_n-c是需求价格，指差异化定价减边际成本c（对应在"图D-S模型中的垄断竞争示意"中的P-MC）；x_n是多样化产品数量，指由需求函数决定的需求数量。从供给角度看，实际就等于在说FC=AC-MC。而从需求角度看，反映的是平均收益（AR，如dd'）高于边际收益（MR）。

"收益加上被正确定义的消费者剩余等于该商品的生产成本"与成本加成[1]是一致的，在这里，"被正确定义的消费者剩余"对应的就是加成。对应销售成本等张伯仑因素。

罗格.R. 贝当古在《零售与分销经济学》中区分了五类分销服务：品类服务、交付服务、信息服务、区位服务和环境服务。其中任何一项服务，都可能造成同一产品有别于他人加成定价。而大数据很可能改变交付服务、信息服务、区位服务的质量，认为数据不创造价值，可能是反智的。管益忻先生认为，这五个方面都与体验有关，用户需求在其中起决定作用。

垄断竞争要证明自己是另一种完全竞争，就要解释自己将均衡价格提高到边际成本之上的理由。

销售成本和固定成本的存在，都可以成为影响价格的正当理由。从而说明垄断竞争是存在这些约束条件下的最优。单从计算看，销售成本和固定成本对应的都是AC-MC，因此同属支持垄断竞争均衡定价的因素。

从基础理论方面看，双需求曲线本质上就是多样化的平均收益曲线，在成本既定下，垄断竞争定价中高于MR的部分（AR-MR），可视为由平均收益带来的边际收益递增的结果，即个别厂商在追求利润最大化（MR=MC）过程中，由于整个相关市场上多样化带来的消费者剩余，将均衡定价提高到平均收益水平，无形中导致厂商的边际收益发生递增变化。对预算约束来说，双需求曲线意味着，在固定的平均支出（如学习成本、锁定及沉淀成本）下，边际支出的递减。因此属于需求方范围经济。

双需求曲线实质反映的是需求方范围经济的思想，尤其当我们将品种、异质性内生进入均衡分析以后，更显得是这样。

张伯仑本人没有明确的范围经济意识（但也没有反对范围经济的意识），斯蒂格里茨之后，双需求曲线一直被与规模经济联系在一起讨论，没人把它与范围经济联系在一起。而范围经济理论一直被认为是以成本讨论为主的报酬递增理论，大类上归为供给理论。但这只是人为设定。范围经济理论的实质内容是讨论多样化经济不经济，因此没必要人为划分只能讨论供给经济不经济，我们将多样化需求经济不经济，也划入范围经济问题，称为需求方范围经济。凡是在讨论需求多样化具有经济性的理论，都可以划入其中。包括行为经济学。这样，双需求曲线依照它自身的实际内容，自然也可以划入需求方范围经济。

当然，双需求曲线与需求方范围经济，既有联系，又有区别。需求方范围经济假设的是供给条件不变，这时的成本是中性的。也就是说，设成本不变，需求越差异化，则收益越高，这表示多样化有效率；加上固定成本均摊，则表示多样化有效能，即范围经济。但双需求曲线用于局部分析时，也可假设供给条件可变，这样就有范围经济与不经济两种可能。D-S模型假设的就是范围不经济，因为双需求曲线虽然可以因差异化偏好而使价格提高，但付出的成本（如研发投入）可能同样高，甚至更高，这样要达到均衡就必须有一个来自规模经济的"补贴"。

需求方范围经济是供给方范围经济的对偶理论。对照要解释的现实，需求方范围经济要解释的是体验现象，与创新现象是对偶现象。一个是需求多样化，一个是供给多样化[2]。需求方范围经济一直不称之为理论，与一个奇怪现象有关。几乎所有经济学理论和经济学家，都对多样化偏好不持异议。也就是说，无论哪个流派，都默认需求多样化至少在效用上是经济的（因为可以提高价格，增进收益）。其实，需求方范围经济理论本身，倒不认为多样化偏好是必然的。而认为现代人的需求既有专业化偏好（从众的一面），也有多样化偏好（与众不同的一面）；联系预算约束，中低收入时前者表现更明显，高收入时后者表现更明显。因此，这个问题不是纯逻辑问题，而需要联系收入条件这一历史背景一起加以考虑。

需求方范围经济联系预算约束后，集中关注的是，需求多样化对于均衡定价水平提高的作用。行为经济学提出两种效用，一个是决策效用（理性效用），一个是体验效用；两个心理帐户（实际是两阶段预算约束），一个对应理性定价，一个对应情感定价（体验定价）。而双需求曲线，则顺理成章成为后一个方面（情感定价约束下的体验效用最大化）的合理解释。

对于数字经济来说，这个问题具有特殊重要意义。数字经济是工业经济高度发达——从而人均收入跃过中等收入水平——后产生出来的，多样化的信息技术支持多样化的服务需求，能否在均衡水平立得住（即，赢得GDP中在专业化效率解释之外和之上的一部分稳定增值比重），很大程度上取决于需求在范围上经济不经济。如果工业化基础不稳固，专业化效率不充分，需求在范围上一时经济，久了会出现泡沫；如果工业化比重过大，专业化效率产能过剩，需求在范围上一时不经济，久了会令价格战越来越无利可图，从而刺激市场在利润导向下转向服务化，以贴近用户多样化需求。数字经济与它的冷冰冰的名称（"数字"）显示的相反，更多涉及的是（"美好生活"导向的）体验在需求上到底经济不经济（从而发展可持续不可持续）这样的问题。

从理论本身来看，双需求曲线典型反映了所谓短期的、特殊的、主观的因素，对新古典状态的偏离。

需求中长期、一般、客观的方面与短期、特殊、主观的方面之间的矛盾，构成了双需求曲线背后，非多样化均衡经济学（即，无论这种非多样化来自配置还是利益上的差异），与多样化均衡经济学冲突的背景。而实质分歧则在于，前者认为，一切可还原为物质欲望的需求，都是理性的，因此具有长期、一般、客观的特征，为此否定企业的异质性和环境的异质性；而后者认为"企业家通过创新等活动使市场充满了不确定性"或"企业家将对外部干扰做出反应"[3]与体验的多样化，构成均衡的本质，强调的是差异性、多样性和异质性。

在"张伯仑精神"中，这些与标准状态偏离的所谓短期的、特殊的、主观的因素，本质上都是异质性造成的，品种只不过是异质性这种内在价值表现为多样性这种形式，而差异化更是多样化这种形式的外在表象。

按分工多样化经济（品种经济）的观点，垄断竞争和"完全竞争"（张伯化改名称为纯粹竞争）只是不同方式的完全竞争；垄断则只与同质厂商的进入数量有关。

在N=1时，一般是厂商越少，垄断性越强；但在N>1情况下，同质厂商（即每一品种内部的厂商）的多少，并不一定能决定"垄断"与否。其中原来归为垄断的多样化产品竞争，在自由进入（没有沉淀成本）条件下，实际是可竞争的。

在这一背景下看双需求曲线，可以认为，有别于完全竞争的需求曲线的垄断竞争需求理论，实质是在反映以多样性定义垄断（实际是把垄断问题理解为多样性问题）的观点。从这个出发点论证，根本之点就不在于主观性、短期性，而在于可以按完全竞争的标准来处理多样化竞争，即建立多样性的完全竞争的理论。而解决这个问题的关键，不在于固定成本、规模经济（虽然也有关），更在于品种本身的内生于整体经济。

浅层次的内生，是内生在需求曲线上；深层次的内生，在内生在范式改变（取消完全竞争中关于同质性与价格的设定）与均衡框架调整中。D-S模型介于二者之间，是过渡性的。

内生品种，开始悄悄改变经济学理论与政策前沿一系列重要结论。一个品种，就是一个独立的市场。其实它们之间的竞争，是替代弹性之争，即争夺收入份额和市场份额的竞争，是在收入约束和资源约束下进行的市场分割。他们分割的，不应算竞争意义上的相关市场。

在数字经济条件下，决定竞争与否的相关市场，应以使用固定成本的单位为划界标准，而不是以一个一个品种（单一厂商）为单位。

在"无差异-差异"两部门定价的价格结构中，差异化定价部分（AC-MC）在工业经济中，只是"附加"的部分（以制造活动为主体，将服务价值"附加"于制造品之上）；随着数字经济的兴起，在信息技术与服务化（供求两种差异化力量）双向推拉作用下，附加部分在价格结构中的占比及贡献，渐渐超过了无差异的部分（边际成本定价的部分），因此从附加价值，变成主导价值。

无差异大规模生产的时代，正随着普遍的产能过剩而一去不复返，薄利多销也随之被优质优价取代，在以差异化、多样化和异质性为特征的经济中，绝不能把体验排除在完全竞争之外，绝不能把旨在提高体验和质量水平的创新行为颠倒黑白地当作垄断。否则，高质量发展就无从谈起。

（二）差异化服务是差异化定价的基础

1、数字经济创造的价值要通过差异化定价体现

数字经济所创造的附加值，是差异化价值。它必然要通过差价化定价体现。

高质量发展对应理论经济学的底部，要求澄清质到底（在均衡水平）是否经济，并需要进一步确定，这个质，是什么质，是同质之质，还是异质之质。如果不作这种追问，按工业经济时代在同质性假定指导下的经济学，默认选项一定是质（质的差异）本身不经济，质没有差异最经济，同质性才是质量问题的前提与核心。

把附加值进一步界定为异质性价值，包含这样的新的意思：一是从使用价值角度讲，明确了附加值对应的使用价值，是新质使用价值。其创造新价值，在使用价值上是特指创造了新的质；而创造新质使用价值的来源，一定是创造性劳动。即创造性劳动创造新质使用价值[4]。二是从交换价值角度讲，可以将交换价值进一步区分为抽象交换价值与具体交换价值（如个性化交换价值），后者（附加值）与前者（增加值）相比，是一种"超常价值"（赵培兴，2014）。其"超常"的限度在AC-MC之间（超过AC归入超额利润，无法达到长期均衡）。这里的抽象，对应同质性，具体对应异质性。

把附加值定义为异质性价值，为质量经济提供了不同于工业经济的价值基础。这意味着，高质量发展所说的质量，主要由异质性差别构成，由创新驱动所提供。以别于工业制造所指的产品高质量。在工业制造中，高质与低质，是同一种质之内的差别。把一件低质量产品打磨为高质量产品，并不内在要求创新，而是要求更加标准化。

在现实中，社会基本矛盾分析就隐含了这类问题，无论是"日益增长的物质文化需要"中的文化需要，还是"日益增长的美好生活需要"，都含有异质性因素。文化需要以异质性有别于物质需要；而美好生活，涉及从相对同质化的产品需求，服务需求，向异质性的体验需求（如某种梦想的实现）的升级过程。异质性体验与同质性需求一个重要分野，在于指向自我实现（无论是个体自我实现，还是一个民族伟大复兴的实现）这种高峰体验。

在市场经济和产业升级中，随着人均收入的提高，在经济发展的较高台阶上，从标准化的服务业内部，日益产生衍生发展出以个性化为特征的异质性体验活动，共同特征是具有较高附加值，当然也伴随与异质性相一致的风险、不确定性，例如内容产业（影音产业、文艺作品）、娱乐产业、体育产业、休闲产业等等。其定价多多少少与情感有关。有人认为，当可自由支配收入占个人收入60%以上之后，理性定价为主，会转变为情感定价为主。在情境定价条件下，无论是从供给条件看，还是从需求条件看，对价格歧视（差异化定价）理论就需要重新认识。

在数字经济实践中可以明显看到，越在工业化完成后的高收入阶段，以"美好生活"（幸福）追求为标志的心理需求，在经济生活中占有的比重越来越大，以致必须正视。当然，认为数字经济的需求将以体验需求为主导特色，不等于说不大量存在产品需求与服务需求，甚至它们的绝对值不仅不下降，反而上升。应认识到，它们之间的正确关系是，以产品需求、服务需求为基础，以体验需求为新增长点与主导方向。你中有我，我中有你，并且依一定条件此消彼涨，向前演进发展。

数字经济越发展，随着社会基本矛盾的改变，异质性心理需求越来越成为主要矛盾方面，上述议题在经济学中的位置就需要越往前排。例如，数字经济与数字经济学之所以会特别强调多样性红利，就是因为信息革命带来了这种现实的机会，是工业经济中不曾大范围存在的。由此认为福利的需求本质，不仅仅在于二次分配公平，而主要在于一次分配公平。只有充分释放多样性红利，人对于异质性需求的满足，才具有必要且充分的条件。象凯恩斯主义那样，需求不足，反而用无需求的需求（供给侧的无效需求，如战争、浪费）来补，带来的是人的彻底异化。

2、拉姆齐定价符合广义最优

在平台经济中，这种情况正是独立于平台的增值业务所处的位置。增值业务的开发者不依赖于对固定成本进行投入，而仅凭自身具有的可变成本完成了生产。在增值业务中，产品差异化意味着"每个企业的需求曲线都不同于其他企业"[5]。差异化造成加价的效果。在这一过程中，消费者剩余得以提高。消费者剩余提高，意味着在完全竞争均衡之上，存在一个稳定的被社会认同的福利。之所以稳定，在于它实际反映的是另一种均衡，即基于品种的均衡。

从成本角度看，增值业务的提供者之所以能够经济地提供异质性的产品和服务，正在于互联网平台存在广泛的范围经济性。平台通过分享（以租代买提供）作为平台基础业务的固定成本服务，使增值业务在整体上呈现品种越多，相对成本越低这种范围经济现象。

▶▶▶［下转A4］

齐国新政——"超级工程"震古烁今

■ 龚武

（上接4月28日A4版）据说齐桓公在会见某国使者时，有三拨臣子来请求指示，齐桓公都说"找仲父去说"，这就是著名的"三曰仲父"的典故。当然自古就有具有"剑走偏锋"不喜欢管子的书生。据说一次齐桓公向管子推荐一个书生，管子同意使用他。不料这个书生一看齐桓公向管子征询意见，就回绝齐桓公说，我不干了。齐桓公问他为什么？这个书生说，我听说要是使用谁需要征求别人的意见，那么不使用谁，也要征求别人的意见。任何阶级上升为"统治阶级"之后，大抵遵循相似的治国理政之道。管子的早年经历和相齐经验向后世昭示的一条道理：职业的国家管理者，作为一个阶层或集团，具有自己独立而独特的属性。任何人一旦进入这个阶层或集团，他就一定程度地远离本阶层或阶级，但又不脱离本阶层或阶级，而融入某个"统治阶级"，而又与之保持一定距离，因而获得自己的独立属性——这个独立属性相适应于国家的属性。这个阶层或集团主要从事于治国理政专业化管理。因而既属于统治阶级，而又超越统治阶级，同时也凌驾于社会各个阶级之上——可称为"半阶级"现象。

第三大工程：创新基层政权建设："国鄙参伍"

管子在与齐桓公君臣第一次庙堂陈谋时曾重点阐述过"作内政而寓军令"方略——当时不过是说说，管子非常讲究言行一致，说过的话都要兑现。因此，管子创新基层政权建设是实施新政的一大"亮点"。尽管前面说的是管子之"言"，这里说的是管子之"行"，然而终究都是用文字的形式表述，作为文本，读起来依然有重复之感。但是还是不能完全跳过去。由于前文已经叙述，所以这里对两套军政基层机构的构成、头头是谁，有多少人，层层设置的情况，以及统一指挥的问题等等信息，拟不再简单重复，只做扼要介绍。"国鄙参伍"或"参伍国鄙"，即所谓"参其国而伍其鄙"与"作内政而寄军令焉"互为表里。管子按照"参伍以变，错综其数"的原则，创新全国军政"参伍"混编的行政区划，建立全国一条鞭的"军政合一"基层政权。管子深刻理解兵与民、军事与生产的辩证关系。建立亦军亦民，亦耕亦战的体制，即将全国二十一乡中从事作战的十五个士农之乡，编制为五乡一军，设帅，每军一万一千人，共三军，由齐君为中军，高、国两上卿分别统帅左右军。五家为一轨，十轨为一里，四里为一连，十连为一乡。轨中五家，世代相居处，利害祸福同当。这种寓兵于民的基层体制，为历代所继承，名称虽有变化，但实质略同。这里的"国"有三重含义：全国、城郭、国都，鄙即"国"之外的农村。全国设二十一乡，其中六个工商之乡，十五个士农之乡。士农工商，作为"国之石民"，四民分居，可以使他们在共同的生活环境中，切磋技艺，提高生产力。管子以"参其国伍其鄙"的国、鄙错位混搭的体制，而达到"作内政而寄军令"的目的，实现农闲时训练，有战事时出征。这样既提高了士兵战斗力，也不必支付养兵的费用。

高子国子退而修乡，乡退而修连，连退而修里，里退而修轨，轨退而修家，是故匹夫有善，故可得而举也。匹夫有不善，故可得而诛也。政既成，乡不越长，朝不越爵，罢士无伍。罢女无家，士三出妻，逐于境外，女三嫁，入于舂谷。是故民皆勉为善。士与其为善于乡，不如为善于里；与其为善于里，不如为善于家。是故士莫敢言一朝之便，皆有终岁之计；莫敢以终岁为议，皆有终身之功。

……

于是乎五属大夫退而修属，属退而修连，连退而修乡，乡退而修卒，卒退而修邑，邑退而修家。是故匹夫有善，可得而举，匹夫有不善，可得而诛。政成国安，以守则固，以战则彊，封内治，百姓亲，可以出征四方，立一霸王矣。（《管子·大匡》）

这个"下管一级"、军政参伍，上自高、国二氏，下至各级军政官吏，都有着严格请示汇报和督促考核奖惩兑现的行政管理体制，是一个伟大的创举，有着极强大的政治管理效率。属大夫管刑狱，县帅管划分田界，乡帅管一般政务，并提出一定的标准和管理目标，不得荒废政事，不然处以刑罚。每年正月，五属大夫要向桓公汇报述职，根据政绩来兑现奖惩。这也是人类历史上最早的国家有意识促进社会职业分工政策举措，也是一种最早系统的区域政治经济学理论和实践模式。治理国家，政治与经济不可分，政治与军事更不可分。毛主席曾说"兵民是胜利之本"。管子是兵民一体化军事思想的开山鼻祖。现代行政区与军事单位依然采取"错综参伍"的方式设置——对一个幅员广大的多民族国家尤其具有战略意义。这是管子的大智慧，也是中华民族的大智慧。作为杰出政治家和军事战略家的管子，其创建的齐国"军政合一"的国防动员体制，建立了巩固的大后方和战略纵深，为齐国首霸春秋奠定了人、财、物的坚实基础。

第四大工程：发展经济，强国富民

管子鼓励耕战，坚持以农为本，"相地而衰征"，大力促进农业生产发展。在此基础上"作内政以寄军令"，使得农民在和平时期"不误农时"从事农业生产，战时按照"国鄙参伍"的编成，出征作战。管子分民劝业，把全社会分为士、农、工、商四大阶层，适应了新兴生产力和社会分工的客观要求，具有划时代的意义。管子的"士农工商，国之石民"学说，为历朝历代所沿袭。士农工商分业定居，还是行政区划的一个配套措施，可以保障"成民之事"，促进生产技能提高、社会进步和发展生产力。管子实行盐铁官营的"官山海"政策，要求国家紧紧抓住军需民用的战略物质盐和铁。建立官办盐场和铁厂。实行盐业专卖，既开放盐池让民间生产，又由国家统购统销，以获得稳定的税源。齐国利用近海煮盐优势，控制盐业生产、销售和价格，齐盐外销诸侯国，获得超额利润。在冶铁业上，国家立法垄断矿产资源。盐铁官营的政策，既解决了财政税收的合情合理性，又保证国家财政的运转和稳定来源，确保国计民生国家战略资源安全，影响巨大，延绵至今，仍为社会稳定之基，国家安全之柱。管子要求国家对土地、人口、需用、日常开支、货币等都要有统计，做到心中有数。对于统计的内容必须严格保密，否则就会受制于下面的富民、商人。

而市者，天地之财具也，而万人之所和而利也，正是道也。民荒无苛人，人尽地之职，一保其国。各主异位，毋使谗人乱普而德营九军之亲。关者，诸侯之陬隧也，而外财之门户也，万人之道行也。明道以重告之，征于关者勿征于市，征于市者勿征于关。虚车勿索，徒负勿入，以来远人，十六道同。（《管子·问》）

管子在平均税赋，合理征收的基础上，加强税收的监管。税收是国家命脉，获利的管道，关涉政权兴衰存亡，政府必须坚持"利出一孔"原则，集中调控粮食、盐、铁、土地等战略资源。

桓公践位十九年，弛关市之征五，十而取一。赋禄以粟，案田而税，二岁而税一。上年什取三，中年什取二，下年什取一。岁饥不税，岁饥弛而税。（《管子·大匡》）

开源节流，兴利除弊，掌握节用的"度"以刺激生产和抑制过度耗费。管子告诫齐桓公说：土地生财是有时令的，民众的力量是有限的，而君主的欲望是无穷的。以有时令限制的土地出产、有限的民力去供养欲望无穷的君主，度量就会失衡，统治者与老百姓就要互相发生冲突了。管子施展理财才能，妙招频出，其中有一个叫"谷币法"。即把粮食和货币互换--国家掌握货币的制造权，民间需要钱时，就借贷，等庄稼收成了，要借贷者以粮食折算还贷，国家把粮食囤积起来，使得"仓廪实"起来。等到冬春季节，粮食涨价了，国家就把粮食卖出去，即解决了民生问题，又把货币回笼起来，抑制了市场投机，保证了国家宏观调控物价和社会的稳定。管子运用统计方法实施理财，重视统计工作在理财乃至整个政治经济社会中的基础作用。国家经常性实施对土地、人口、需用、货币的统计。精确统计土地的等级。统计数据准确有利于宏观调控国民经济的收入和支出。统计的内容必须严格保密，以免受制于"先富起来的"富民和商人。在总体统计完成的基础上，国家计划全面筹算额度，并确定发行相应的货币。对于预计其土地收成有余粮的农户，就主动贷款给他们，大户多贷，小户少贷。对于预计的缺粮户，也借给他们贷款，以保持其最低生活水平。第二年，年景好，五谷丰登。官府就要求其按十分之七的折价以粮还贷。当粮价上涨时，币值就会下跌，余粮掌控在国家手里，可以平抑粮价。对妇女所生产的合于国家需要的布帛，通过签订收购合同的方式进行征收——当官府无钱的时候，就用粮食折价来收购。这样就履行了布帛收购合同，国家也得以解决所需用的布帛。管子还发明"御神用宝"的"宝物法"。国家以法权人为制造一种稀缺资源为宝物，或者炒作包装某种东西为宝物，比如神龟。然后以此为抵押，换取军需民用。这是某种商品、财富日益聚敛、集中在少数人手里的时候的一种均贫富的手段，即所谓"御神用宝"。例如，有这么一个故事。一次，管子向桓公谏议说，"北郭人"掘地捕获一头大龟，请陛下立即派出官员，配备十乘马车，携带百金，到得龟人的家下令说："国君赏赐给您中大夫的官服。"并说："这龟是东海海神的后代，寄居在你的家里，赐给您中大夫的官服，终身享用，并给你百斤黄金的报酬。"于是，这龟便被奉为无价的宝物——成为"御神"而收藏在大台之上，每天都要杀牛供奉。经过炒作，"神龟"的粉丝数以万计，身价就像"大明星"的片酬一样，疯长起来。后来，齐国后来要征伐孤竹国，了解到齐国首富丁氏家所藏的粮食足够三军吃五个月的，齐桓公便把丁家主人召来说："我有一件无价之宝，就是御神之龟，现在我有出征的大事，想把这个宝物抵押给你，借用你的粮食。"丁氏领命乖乖送出粮食，却不敢接受宝物，但又必须收下。丁氏于是不该怠慢，改建房屋，铺设垫席，把"御神"之龟供奉起来。这就是所谓"用宝"。管子还发明一个叫"高杠柴池"的理财办法。所谓"高杠柴池"就是把桥修高，坝筑高，深沟挖，人们拉车行走就需要牛马，牛马一多，皮张就多，以此获得更多的便宜的军需品。管子通过"乘马"、"轻重"之术以"通商积财"，灵活使用货币、商品和谷物三大市场杠杆，实现社会供给和消费的平衡。鼓励商人从事诚信的贸易活动。出台鼓励境外客商的政策，实行"关市讥而不征"——采取优惠的通关政策，仅仅查验货物，并不征收"关税"。用优惠政策和政府良好的服务，吸引境外商人来齐国做生意。齐国管子还下令设立专门建立款待外国商人的客舍，每三十里有一处，有一乘车者供应饭食，有三乘车者供应牲畜的饲料，有五乘车者提供可自由差使的服务人员。齐国优惠的"招商引资"政策和为客商提供的优厚待遇，创造了良好的投资环境，造成了诸侯列国"商贾归齐若流水"的局面。

第五大工程：创新社会综合管理模式

树立"礼义廉耻"价值观体系。"礼义廉耻"是管子的发明，也是中国人的发明，是中国对世界的政治文化的一大贡献。

国有四维，一维绝则倾，二维绝则危，三维绝则覆，四维绝则灭，倾可正也，危可安也，覆可起也，灭不可复错也。何谓四维？一曰礼、二曰义、三曰廉、四曰耻。礼不逾节，义不自进。廉不蔽恶，耻不从枉。故不逾节，则上位安；不自进，则民无巧诈；不蔽恶，则行自全；不从枉，则邪事不生。（《管子·牧民》）

礼义廉耻是等价的四个维度，暨不可偏废，又是互补性很强、缺一不可的有机整体。管子把礼义廉耻比喻为举起国家这张大网四根纲绳，或者国家大屋顶的四根基柱，由国家倡导，让全体国民遵守。礼及其礼节、礼数，在某种意义上是人类特有的一种核心价值观，讲的是人与人之间组成的种种社会关系的秩序、规矩、准则、法、度、律等，即人伦之道。俗话说"没有规矩，不成方圆"。管子把礼这种形而上的价值，形诸于载体形式，就是"仪"——用某种特定的仪式感的形式加以固化。管子把礼视作一种信仰——比如他要求国家的重大治国行政或军事行为要"象天地之位，法日月之行"，怀有敬畏之心，把天、地、山川、河流、社稷、祖陵、宗庙的祭祀活动置于首位。让人的一切行为都顺应春、夏、秋、冬四季的变化。在现实性上用于规范或约束人与人之间的交往——比如君臣、父子、兄弟、亲戚、师生、朋友和夫妻等等日常生活中的和洽相处，而并非局泥于礼貌用语、肢体动作、或"礼尚往来"等形式所负载的内容。礼的内容渗透到社会生活的方方面面，更多的是人的内心层面的存在。义是一种人的社会责任担当。管子要求"义不自进"和"贵贱有义"。正义不会自发产生，要靠人主动去身体力行，而不是靠外部的强力去让你怎么做。同时也可理解为不妄自求进，不用不正当的手段去谋取官位和财富。这就强调个体内心的修养，抗拒外部的诱惑。君、士、民都要做到以"义"立身——这就是"贵贱有义"。莫做不义之君："礼义廉耻不立，人君无以自守。"最高统治者跟老百姓一样，必须遵守礼义廉耻。社会为读书人提供一个"闲燕"的居所和优越的生活，理所当然应有更高的社会担当——"君子食于道，则义审而礼明，义审而礼明则伦等不逾。"所谓义士千秋，不可做不义之士，是读书人的起码共识。只有读书人主持正义，代表道义，社会才能建立良好的社会秩序和风尚。老百姓同样要做有情有义的人，而不是做"不义之民"——"民之修小礼，行小义，饰小廉，谨小耻，禁微邪，治之本也。"事无巨细同样关乎礼义廉耻，治国的根本在于凝聚老百姓人心所向的道德力量。管子倡廉身体力行，率先垂范。廉政的核心是主持公道，制止邪恶，为民做主。《管子》涉"廉"论述有上百处之多。如说"廉不蔽恶"，"不蔽恶则行自全"。管子曾以"春风风人"，"夏雨雨人"作为政治家的最高标准和追求——即便治国理政者像春风不会为"某个人"而吹，夏雨不会为"某个人"而降，去造福于大众，却不会因此受到某个人私恩的报答，也义无反顾，无怨无悔。管子努力打造一个"君明、相信、五官肃、士廉、农愚、商工愿"这样的政治生态和社会环境。其中"士廉"特别关键，要求读书人要清正廉洁，不能"任性"胡作非为。士廉是官廉的基础，基础不牢地动山摇。这样整个社会氛围就归于淳正、清明、净化，人们就会自觉维护荣誉，而耻于去做违反公众道德或社会、家庭伦理的事情。某种意义上说，文明人就是讲究"脸面"、"颜面"和"面子"的人。"耻"这个汉字的内涵非常特别，本字该是"恥"。本义是耻辱、可耻的事情，或表达因声誉受损害而至的内心羞愧之情。人生漫长，道路崎岖，善恶混淆，真假莫辨，人生存的困境无处不在——尽管很难避免，但必须倡导引领人们去追求卓越——不为不耻之举，不行可耻之事，不做无耻之人。人类社会在脱离茹毛饮血的原始社会之后，进入文明时代，建立起第一个具有强大生命力的价值观体系，首先由管子在齐国大地宣布并得到实施。这就是经久不衰，为历代所一致推崇的"礼义廉耻，国之四维"。建设"以法治国"法制社会。管子在推行新政初期，接到一份"骈邑"这个地方民众的联名举报。诉状告发老贵族、三百户长伯氏，抵制"均地分力"、"相地衰征"政策，继续加重农民税赋，欺压乡民。诉状还揭发了伯氏长期克扣党庠庠师粮饷的贪腐罪行。这个典型的案例，负载了复杂社会信息，包括新政影响力和执行力，利益调整带来的对特殊阶层固化利益的触动和反弹，以及诸侯权贵政治的弊端和后遗症。管子于是借助这个案子的审理，进一步深入肌理地诊断和治疗齐国这个老大诸侯国社会的痼疾顽症。这是个轰动齐国朝野的大案要案。案发时，高傒的一个儿子在上下其手、从中作弊，对管子派出的公差进行干扰。管子便提高规格，委派大司田宁戚负责，接连派出几拨官吏，进行调查取证，并亲自主持这个案件的终审。伯氏在大量翔实调查证据和证人、证词面前，终于低下高贵的头颅。依照新修定的齐国刑罚应判处伯氏徒刑三年。管子怜悯其年迈体衰和服罪态度诚恳的实际，依法从轻处罚，没收非法所得，剥夺其三百户采邑权益。然后，分配给他若干田亩，让其自食其力。伯氏一家从此在井田上劳做，不再穿过去那种细葛布衣服，换上粗葛布衣服，农闲时与农民一样，一天两餐。由于管子办案严谨，松紧适度，量刑准确，伯氏虽然从贵族变成了普通农夫，却终身没有任何怨言。管子办理伯氏的案例，给齐国上下以极大的震慑，从此各级贵族和百姓都慢慢变得自觉执行法令，做到法令立而不用，令行禁止。这个案例过了一百多年，孔子跟自己的弟子谈论起来，敬佩之情还溢于言表。

问管仲，曰："人也，夺伯氏骈邑三百，饭疏食，没齿无怨言"。《论语·宪问》

管子"以法治国"——从齐国开始践行，这不仅是中国古代社会一个很重要的革新，也是值得大书特书划时代的大事件。"治乱世必用重典"。管子强调使用法律治国，同时使用了其他举措——意识形态、伦理教化，并不忽视和排斥礼、义、廉、耻等"核心价值观"在社会生活中的作用。"礼法兼治"——也就是软硬兼施，两手抓，两手都要硬。管子致力于在齐国亲手建设一个法制政府，这根植于他对法律的透彻的研究和哲思，这个哲思与他对现实的思考和历史的教训的感悟有着密不可分的关系。法律天下必须遵循的行为准则，是治国的重要工具。但是，法律失效的地方，必须有另外的东西补位。因此德教就显得格外重要。要达到"法立而不用，刑设而不行"的境界，除了刑罚造成不敢和恐惧的威慑，德教从人的内心和灵魂着手，也是不二法门。在治理的具体社会实践中，管子觉得"先礼而后法"更加人性化一些——"法出于礼，礼出于治。治，礼道也。万物待治礼而后定。"这就是希望通过德教，以净化社会环境，进而推动以法治国的实施。管子要求"政不二门，以法治国"，不仅君主要立好法，官员更要执好法——罚当其罪，即审判公正刑罚得当很重要。管子特别重视"法制"的平等。这部分反映了他对远祖生命悲剧和不幸的家族遭遇的看法——也反映在他对族祖周公旦个人历史行为的差评上。管子在《任法》这篇论文中曾不无深意地写道：周朝历史书说：国之大法，说的和做的不一样，这对国家的"一把手"是个不祥之兆！

《周书》曰：国法，法不一，则有国者不祥。（《管子·任法》）

查阅今本《尚书》之《周书》，并没有发现这段重要文字。是《尚书》残缺，还是出于别的什么原因？在管子看来，周公践祚称王是一次公然的"违背"甚至是践踏"国之大法"——给周朝"一把手"成王姬涌带来灾难性后果。管子既从法理上，也在道德伦理上，对周公旦加以谴责，认为周公镇压人民——滥用残忍的酷刑和杀戮，并不能让人民屈服，却因为没有人性，而流下无穷遗患。

周公断指满稽，断首满稽，断足满稽，而死民不服，非人性也，敝也。（《管子·侈靡》）

在管子的心目中周公旦是无法无天、善于作秀、"骄倨傲暴"的暴君。"臣代其君曰篡也。""篡何能歌？"管子落笔皆有所指。只有一句正面的"武王是也"，而将反面的——做"留白处理"，给读者留下一个想象的空间。

故子而代其父曰义也，臣而代其君曰篡也。篡何能歌？武王是也。故曰孰能去辩与巧，而还与众人同道？故曰思索精者明益衰，德行修者王道狭，卧名利者写生危。知周于六合之内者，吾知生之有为阻也。持而满之，乃其殆也。名满于天下，不若其已也。名进而身退，天之道也。满盛之国，不可以仕任；满盛之家，不可以嫁子；骄倨傲暴之人，不可与交。（《管子·白心》）

有鉴于此，管子从立法学意义上，提出法律制定出来以后，重要的是最高统治者必须以身试法——"先民服也"。

是以有道之君，行法修制，先民服也。（《管子·法法》）

并进而从法律施行对象的权利平等上，提出任何人都没有凌驾于国法之上的权力——"皆从法"。

君臣上下贵贱皆从法，此谓为大治。（《管子·任法》）

管子一再强调"君臣上下贵贱皆从法"。这显然与西方古代法学家提出的"法律面前人人平等"的口号，既有异曲同工之妙，而又规定的更为具体、明确。管子把法当做"天下之仪"——某种不以人的意志为转移的客观的准则。与天下百姓的命运攸关，而不是任意、任性的产物，即不是个人或集团的主观意志。管子的这个法哲学意义的创新理论，证伪并超越了西方自黑格尔以来全部"法哲学"体系的"真理性"。管子的"四任"的"治理"理论，为齐国国家治理提供了实践指导——实行社会综合治理才更加切中时弊，事半功倍。

圣君任法而不任智，任数而不任说，任公而不任私，任大道而不任小物，然后身佚而天下治。（《管子·任法》）

管子"以法治国"只是治国理政多种举措的一种，尽管看起来它是一种立竿见影的重器。但政府不可一味地"依赖"它，或完全运用没有温度的"法"去解决人和社会的问题——像后世所谓"法家"一样，偏执一隅而剑走偏锋。

威不两错，政不二门，以法治国，则举错而已。（《管子·明法》）

颁布国法就是要达到"兴功惧暴"和"定分止争"的目的和功效。

夫法者所以兴功惧暴也，律者所以定分止争也，令者所以令人知事也。（《管子·七臣七主》）

同时管子也指明法的最高境界是立而不用，并非是为了惩罚而惩罚。就像中国古代武学的最高境界是"止戈"一样。国法作为上层建筑，主要还得由"统治阶级"及其"雇佣"的职业管理阶层，即各级官吏充当执法者。那么，谁又能监督和批评这些执法者呢？管子继承、汲取自黄帝以来的历代明君——包括尧、舜、禹、汤和周武王实行过的听取民声，集中民智的好做法。创新在齐国京都临淄城内，设立非议官员和官府的"啧室"，以供朝廷采集百姓"非上之所过"的"啧室之议"。也就是类似于现代的"民意调查"或"人民来访来信"。

齐桓公问管子曰："吾念有而勿失，得而勿忘，为之有道乎？"对曰："毋以私好恶害公正，察民所恶以自为戒。黄帝立明台之议者，上观于贤也。尧有衢室之问者，下听于人也。舜有告善之旌，而主不蔽也。禹立谏鼓于朝，而备讯唉。汤有总街之庭，以观人诽也。武王有灵台之复，而贤者进也。此古圣帝明王所以有而勿失，得而勿忘者也。"桓公曰："吾欲效而为之，其名云何？"对曰："名曰啧室之议。曰法简而易行，刑审而不犯，事约而易从，求寡而易足。人有非上之所过，谓之正士。内于啧室之议，有司执事者咸以厥事奉职而不忘，为此啧室之事也。请以东郭牙为之，此人能以正事争于君前者也。"桓公曰："善！"（《管子·桓公问》）

齐国政府出于对大自然的敬畏，也许还不完全出于信仰，——古代中原大地作为北半球同纬度开发最早，农耕时代最悠久的地区，原始丛林早已砍伐一空，山林也正在遭遇"刀耕火种"的威胁。有鉴于此，管子将法律的范围延伸到保护生态环境，立法保护土地、水产、山林和野生动物。总之管子法制政府建设，超前地做了人类法治史上诸多"领风气之先"的贡献。管子建设的这个"法制"政府，实际上是超越"君权"的——要求君王"从法"，而且"先民服也"，在法哲学意义上，大大超越了资产阶级君主立宪制——后者至今依然还被某些法学家奉为圭臬。实施"九惠之教"民生工程。管子大胆尝试并实施政府主动担当的救助社会弱势群体的任务，这是一种切实有效的制度安排，被管子命名为"九惠之教"——即老老、慈幼、恤孤、养疾、合独、问病、通穷、振困、接绝。管子在担任齐相四十年里，曾五次对这个制度进行重申和督促检查，使之有效发挥"人道主义"的社会保障功能。

入国四旬，五行九惠之教。一曰老老，二曰慈幼，三曰恤孤，四曰养疾，五曰合独，六曰问病，七曰通穷，八曰振困，九曰接绝。所谓老老者，凡国都皆有掌老。年七十已上，一子无征，三月有馈肉。八十已上，二子无征，月有馈肉。九十已上，尽家无征，日有酒肉。死，上共棺椁。劝子弟精膳食，问所欲，求所嗜。此之谓老老。所谓慈幼者，凡国都皆有掌幼。士民有子，子有幼弱不胜养为累者，有三幼者，无妇征，四幼者尽家无征，五幼又予之葆。受二人之食，能事而后止。此之谓慈幼。所谓恤孤者，凡国都皆有掌孤。士人死，子孤幼，无父母所养，不能自生者，属之其乡党知识故人。养一孤者，一子无征。养二孤者二子无征。养三孤者，尽家无征。掌孤数行问之，必知其食饥寒。身之膌胜而哀怜之。此之谓恤孤。所谓养疾者，凡国都皆有掌养疾。聋、盲、喑哑、跛躄、偏枯、握递不耐自生者，上收而养之疾，官而衣食之，殊身而后止。此之谓养疾。所谓合独者，凡国都皆有掌媒。丈夫无妻曰鳏，妇人无夫曰寡，取鳏寡而合和之，予田宅而家室之，三年然后事之。此之谓合独。所谓问病者，凡国都皆有掌病。士人有病者，掌病以上令问之。九十以上，日一问。八十以上，二日一问。七十以上，三日一问。众庶五日一问。病甚者以告，上身问之。掌病行于国中，以问病为事。此之谓问病。所谓通穷者，凡国都皆有掌穷。若有穷夫妇无居处，穷宾客绝粮食，居其乡党，以闻者有赏，不以闻者有罚。此之谓通穷。所谓振困者，岁凶，庸人訾（訾，疾也）厉（厉，病也），多死丧。弛刑罚，赦有罪，散仓粟以食之。此之谓振困。所谓接绝者，士民死上事，死战事，使其知识故人，受资于上，而祠之。此之谓接绝也。（《管子·入国》）

令人惊奇的是管子时代基层已经设置"掌老"、"掌幼"、"掌媒"、"掌病"等一系列专职机构和官吏。这些明确的职分，与现代相关部门的职分不尽相同，而专业划分更为密实。譬如"掌幼"、"掌媒"、"掌病"、"接绝"已经大大超越今天所谓"全能型"政府的行为，而完全没有所谓部门利益、市场调节和产业利益等"商业化"内容参与其间。"九惠"而称之为"教"，而不是"策"，可见管子普施对于九类弱势群体的救助举措，并不是一种冷冰冰的官僚行为的政策，而是一开始就把这件事上升到较高的人的道德境界和社会文化"共识"的层面。这些类于当今之民政、医生、养老、扶贫、工作之先声的举措，使得救助弱势群体行为更具有人性化，有一种宽广、深厚的人文关怀精神，颇为发人省思。这是世界上最无微不至的、也是最早由国家中央政府实施的体系完备、细致入微、全覆盖的社会民生保障工程。也是有文献记载的世界上首例政府主导的福利社会的实践活动。在阶级社会中，健全的福利社会从来都是一般民众的梦想。因此当它在几百年前的西方为空想社会主义者们提出，并做小范围实验时，引来的却是无尽的嘲讽和攻讦。在以财产私有制为主体的社会条件下，所谓国家社会福利是一个巨大的悖论——不公的社会分配造成悬殊的贫富差距，然而先富人群并不情愿出资或"纳税""养活"那些他们眼中的"垃圾人"。然而，这些在现代社会依然"行之维艰"的义举，管子却在二千六百年前中国古代社会的齐国居然已经做到。

节选作者之《管子传》

（作者为安徽省管子研究会副会长、秘书长，《管子研究》主编，北京大学国家文化软实力研究中心特邀研究员。）