

社会组织运营下的慈善超市多元化服务模式与可持续性策略研究

——以益优公益“蓝布湾慈善超市”为例

孙 格

浙江工商大学英贤慈善学院, 浙江 杭州

收稿日期: 2025年4月25日; 录用日期: 2025年6月12日; 发布日期: 2025年6月26日

摘 要

慈善超市的生存和发展越来越需要更多元化的服务模式, 更市场化的运营模式。政府也越来越鼓励社会组织来运营慈善超市, 基于此, 本研究通过案例调查, 对社会组织运营下的慈善超市的多元化服务模式与可持续性进行策略探究, 研究发现, 社会组织运营下的慈善超市的长久发展和有效运作需要从以下几点出发: 准确定位、精准匹配供需、全面筹集社会资源以及链接多个利益相关群体。本研究认为社会组织运营下的慈善超市应积极发挥主观能动性, 主动减少对政府的依赖, 把握好慈善超市公益性和商业性的双重属性, 做长久的有效公益。

关键词

社会组织, 慈善超市, 多元化, 可持续发展

Research on the Diversified Service Model and Sustainable Strategies of Charity Supermarkets Operated by Social Organizations

—A Case Study of “Lanbuwan Charity Supermarket” of Yiyou Public Welfare

Ge Sun

Yingxian Charitable College of Zhejiang Gongshang University, Hangzhou Zhejiang

Received: Apr. 25th, 2025; accepted: Jun. 12th, 2025; published: Jun. 26th, 2025

Abstract

The survival and development of charity supermarkets increasingly require more diversified service models and more market-oriented operation models. The government is increasingly encouraging social organizations to operate charity supermarkets. Based on this, through case investigations, this study conducts strategic explorations on the diversified service models and sustainability of charity supermarkets operated by social organizations. The research finds that the long-term development and effective operation of charity supermarkets operated by social organizations need to start from the following points: Accurately position, precisely match supply and demand, comprehensively raise social resources, and connect multiple stakeholder groups. This study holds that charity supermarkets operated by social organizations should actively exert their subjective initiative, proactively reduce their reliance on the government, grasp the dual attributes of public welfare and commercial nature of charity supermarkets, and carry out long-term and effective public welfare.

Keywords

Social Organization, Charity Supermarket, Diversification, Sustainable Development

Copyright © 2025 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 研究背景

慈善超市是一种传统的慈善组织形式，慈善超市的发展历程：2003年5月，国内第一家慈善超市在上海镇宁路开业；2004年5月，国家民政部签发了《关于在大中城市推广建立“慈善超市”的通知》；2014年12月，国家民政部发布《民政部关于加强和创新慈善超市建设的意见》，意见中提到要充分发挥市场和社会力量在慈善建设中的决定性作用，以体制机制创新为重点，以社会化运营为方向，以增强慈善超市自我发展能力和社会服务功能为目标，把慈善超市建设成布局合理、功能多样、充满活力、运行规范的城乡基层公益慈善综合服务平台[1]，为我国慈善事业发展奠定坚实的基础。2017年12月，我国慈善超市数量超过10,000家以上，同时政府鼓励社会组织承接慈善超市的运营。

慈善超市的有效运作和长久发展已经成为社会救助以及慈善事业的重要议题[2]，且慈善超市想要实现可持续性发展，其功能就决不仅仅是社会救助，要把眼光置于整个慈善事业的发展中去看慈善超市的长久可持续发展。慈善超市的功能从最基础的济困帮扶，即无偿为社区有需要的人提供力所能及的帮扶，减轻他们的生活压力；到物资捐赠和爱心义卖，即让资源物尽其用，减少资源浪费，让社区居民淘实惠、淘环保、淘公益，居民既减少经济支出，又支持物资的再利用；再到就业扶持、志愿服务、环保教育、亲子公益等，即为社区下岗工人和残疾人提供增加收入的机会，让社区居民在周末时间可以来商店当志愿者，获得志愿时兑换权益，向大众传播资源节约意识，以及采用一日店长，或假日小队的形式，为亲子提供公益服务。不断拓展慈善超市的功能，意味着慈善超市要链接更多的利益相关群体，功能的拓展给慈善超市的可持续发展提供了机会和空间。

在过去慈善超市功能单一的情况下，帮助社会困难群体的职能大多数是由政府承担，慈善超市的运营主体对政府的依赖性也比较强[3]，自主性不强，资源较少，自身运营能力不足，自身造血能力也比较差。目前我国社会组织越来越多，由社会组织来运营的慈善超市的数量也越来越多，但总体而言，社会

组织运营的慈善超市还存在过度依赖政府，自身运营能力不强，造血能力不足，缺少超市的流通功能，产品吸引力不足，地理位置不好，人流量少等问题。

2. 文献回顾与问题提出

1902年，世界上第一家慈善超市——“好意慈善事业组织(Good Will)”在美国诞生。2001年，国外就有学者研究表明，慈善超市除了可以利用政府给予的优惠政策还应该运用市场化的运作模式，来提高为弱势群体服务的有效性，促进公益事业的发展[4]。Edwards与Gibson的研究从文化价值的角度进行考虑，表明慈善超市的产生是地方经济与文化在社会中的体现，而慈善超市的建立有助于营造良好的社会环境[5]。高功敬从慈善超市现实运行的角度将慈善超市分为三种不同的模式：一次性救助模式，强调慈善超市的直接救助功能；市场化运作模式，强调慈善超市使捐助物资变现的阶段；混合模式则强调上述两个模式同时进行[6]。潘小娟等依据慈善超市的举办主体不同，将慈善超市分为三种运作模式：政府主导型、市场运作型以及民间组织承办型。其中，民间组织承办型是指慈善超市由政府委托给民间组织承办。文中还提出慈善超市的发展可以借鉴“社会企业”的模式，走“慈善+企业”的发展道路，同时追求公益性和商业性，而且其认为慈善超市在一定意义上本身就是企业和慈善事业的有机结合[7]。徐家良等认为慈善超市呈现出不同的运作模式主要由其背后的运作主体决定，他基于多中心治理理论，将参与慈善超市运作的主体分为：政府部门、企业、社会组织、社会公众，并讨论了不同运作类型慈善超市治理主体的关系。文章中认为社会组织运作型慈善超市属于政府主导的治理结构，这一类型的慈善超市和企业主导的治理结构有明显不同，是政府在社会救助领域的助手，但缺乏市场机制和社会支持，经营较为困难，也即这类慈善超市具有公益属性，但其商业属性难以得到呈现，也成为了制约其可持续发展的一大原因[8]。苗青等认为我国对于慈善超市的理解一般是自上而下的，发起主体一般是政府，面向对象是弱势群体，超市的运营中是生活物资的发放，主要实现扶贫帮困的目标，基于此，传统慈善超市显现出范畴狭窄、过度依赖政府以及模式固化等问题，文中提出了“善意经济”的概念，其本质是商业与公益相结合，是对狭义的慈善超市进行拓展和提升，“善意经济”不局限于救助，而拓展到整个慈善事业的发展；不过度依赖政府，而采用公益与慈善相结合的新公益模式；形式也从实体往虚拟拓展，也不局限于二手物资。总体而言，“善意经济”基于最传统的慈善超市的缺陷，力图对其内涵和外延进行拓展，实现“善意”和“经济”的完美结合[9]。徐家良等认为目前慈善超市对社区的依赖性逐渐加强，基于组织生态学的分析框架，分析慈善超市的社区生态系统，发现不同运营战略下慈善超市的组织生态位不同，认为基于组织生态位慈善超市应不断拓展其生存空间，可以通过维护种群关系、强化自身运营能力以及运用互联网技术等方式来拓展慈善超市社区生存空间，为其发展创造良好的环境。同时其也提出后续应该关注运营战略趋同的背景下，慈善超市的发展[10]。

通过文献的梳理发现，慈善超市从最开始的目的仅仅是为了满足城市贫困人口的利益需求而产生的，是政府救助领域的一个帮手，仅仅是一个捐赠点，几乎没有什么自主性，到后来运营主体的多元化，运营方式的多元化，商业属性慢慢进入慈善超市，但公益属性和商业属性两者之间还没有达到较好的平衡来助力慈善超市的良好运营和可持续性发展。同时，大多数文献关注的是慈善超市的运营模式、角色和功能、存在的问题以及发展路径等。但几乎没有研究专门关注社会组织运营下慈善超市的多元化发展与可持续性，因此本文试图回答：社会组织运营下的慈善超市实现可持续发展有哪些策略？

3. 理论基础与案例介绍

3.1. 理论基础

社会创新这一概念本身具有比较复杂的定义，对于社会问题的解决方法、解决过程，以至于解决社

会问题之后的一些社会影响都能够被称为社会创新。对社会创新的实践和研究也很多，许多学者、机构也都会给出社会创新的概念定义，在众多的社会创新的定义中，被引用最多的是由杨氏基金会提出的，社会创新是指“创新活动与服务，其目的是为了某种社会需求，并主要由社会性组织进行发展和传播，这些组织的首要目的是社会性的”[11]。针对各种创新形式，社会创新更加强调其社会性，其目的是解决社会问题、满足社会需求，且社会创新的动力来自不同社群之间的沟通与协作。

社会创新理论把原来许多独立的社会资源整合在一起；链接不同的产业链条；加强不同部门之间的合作协调，通过这样的方式理清复杂社会问题的脉络，并且把其中的难点给解决掉，形成全新的社会价值，让社会可持续发展。具体来说，社会创新可以通过创新的形式满足社会中弱势群体的需求，并在过程中提高社会的凝聚力[12]。

3.2. 案例介绍

3.2.1. 益优公益介绍

杭州市上城区益优社区互助中心(简称：益优公益)源于2009年，于2013年7月注册，是在民政局登记注册的5A级社会服务机构，益优公益秉承“有效公益、体面公益”的双益理念，通过整合社会资源，在助学、助困、环保、慈善救助等领域，践行资源的物尽其用，倡导人人公益、推动商业向善，助力公益事业可持续发展。曾荣获国家级、省市级及社会荣誉45项。益优公益的使命是让公益触手可及，愿景是人人公益，善行天下。

益优公益的业务主要分为三大板块：社区治理、公益服务和商业向善。

第一板块主要是和政府相链接，与社区治理相关的，包括社区公共空间的运营和政府购买服务：公共空间的运营主要有邻里中心和慈善超市，如在社区附近做公益咖啡、邻里餐厅以及惠及社区人群的一些培训等；政府购买服务主要是一些帮扶和救助类的项目活动等。

第二板块主要是公益服务领域，包括校服变形记、蓝布湾公益超市和工友益站，校服变形记主要涉及助学、环保和助残类；工友益站主要针对工友们的需求开展的工友关怀类活动以及助困和环保等。

第三板块主要涉及商业向善，主要包括一些针对企业的培训和企业CSR相关的业务。培训包括定期开展一些针对企业的公益沙龙和“公益+商业”的讲座，帮企业和公益组织做资源的匹配、对接，帮企业理解公益的理念，让企业知道做公益不仅仅是有钱人才能做，益优公益的创始人刘柏顺说“许多公益组织缺少资金的支持，企业也需要尽到社会责任，参与公益活动。我们希望通过整合钱江新城企业资源，为更多好项目 and 好企业搭建平台，推进杭州的优秀的公益项目发展。”¹

3.2.2. 蓝布湾公益慈善超市介绍

(1) 发展历程

益优公益开始做慈善超市最早是在2016年，其第一家慈善超市的店就是“蓝布湾公益慈善超市”在2016年1月8日开业，是第一家社区店，以农特产品，时尚衣物，公仔等产品为主，每周开展各类公益活动。其特点是活动比较多，有政府的补贴，但在最开始“蓝布湾公益慈善超市”的自主性还不是很强。

任何事物的发展都是不断探索、不断进步的过程。除了社区慈善超市，益优公益还探索了其他模式的慈善超市。探索一：在2016年6月1日，益优公益开设了第一家郊区慈善超市，店铺27平方，租金2500元/月，所有衣物10元一件，周边社区内95%以上都是外来人口，超市聘请专人管理。超市是自负盈亏的管理模式，后来因拆迁关闭。探索二：在2017年4月份开设第一家自助无人看管的慈善超市，主要提供职业装和青年人休闲装，所有衣物10元/件，支付宝自觉付款，每半个月更新一次。由于消费对象

¹https://www.sohu.com/a/246009539_764821

主要是青年人，所以选择自助模式，消除尴尬，保护青年人的体面，同时大大降低了运营成本。探索三：在 2019 年 9 月开设第一家工地超市，主要针对工地工友的需求，截止到 2023 年，共开设 8 家工友益站，服务工友 5 万多人次，帮助工友减轻生活支出超过 100 万以上。这一慈善超市的探索主要是更加精准的服务需求对象，同时也践行益优公益“有效公益、体面公益”的双益理念。

益优公益在不断学习国内外公益慈善超市的运营方式，同时自身也积极进行慈善超市运营的不断探索，使蓝布湾公益慈善超市的运营越来越好，2024 年 3 月第一家“蓝布湾公益慈善超市”旗舰店在杭州萧山开业，占地 1500 平方。

(2) 运营架构

蓝布湾慈善超市已经不仅仅是一个捐赠点的慈善超市类型，也不是一个一般意义上的超市形态，其有完整的、完善的运营架构，由多样化的服务模式。从物品来源多样化，到分拣加工、分类处理对接不同的服务形态，再到最后的价值输出公益服务，已经形成一个完善的运营链条。

蓝布湾公益慈善超市的物品来源多样化。虽然主要服务于社区但其物品来源涵盖企业、高校、中小学、社区以及公众等。从杭州高校主要获取军训服和其他闲置衣物；从企业园区和一些写字楼主要获取库存、样品和尾货；从中小学校获取一些闲置校服和玩具；剩余就是物业小区和公众捐赠的闲置物品。到分拣加工环节，蓝布湾公益慈善超市有自己的中转仓，在这一步可以促进残疾人再就业。处理后的物品到分类处理环节，分别去往四个不同的慈善超市店，社区店主要以农特产品和公益服务为主；工地店主要有军训服、义诊、理发等服务；城郊店有各种闲置资源；自助店则放置专门针对年轻人的职业装。关于公益服务部分，除了整个运营过程都始终贯穿公益慈善，蓝布湾慈善超市还会专门设计一些公益项目，服务一些有需求的用户，同时对一些资源来源群体，如企业，会做好反馈机制。

3.2.3. 沈阳市和平区慈善超市

作为本研究的补充对比案例，沈阳市和平区慈善超市属于政府主导型的慈善超市。2017 年在和平区委、区政府的支持下，和平区慈善会发起了“幸福沈阳，共同缔造”的重点工作项目。其中，慈善超市建设项目是重点项目之一，实在和平区民政局的指导下开展相关工作的，是区政府与社会进行的一次积极互动，也是进行合作治理的一次积极尝试。其依托民营超市开展慈善活动，其服务对象比较局限，包括持有残疾人证、孤儿证、低保及低保边缘证等特殊群体，该慈善超市的运作范围比较窄。沈阳市和平区慈善超市的物资来源也不够丰富，主要是政府部门的转向慈善基金、区慈善会的物资支持等[13]。

政府主导的慈善超市天然带有依托属性，无论是运营角度还是物资的来源，其丰富度都不足，社会创新度不够，自身的造血能力不强，其自身的可持续发展能力不如像“蓝布湾慈善超市”这种在社会创新理念指导下，由社会组织积极运作并多元发展的慈善超市。

4. 案例研究

通过对比不同组织运行下的慈善超市运作情况和可持续发展能力，发现尽管现在许多慈善超市均存在一些共性的问题和挑战，如监管机制的缺失，许多慈善超市缺乏规范的监督管理机制，会导致慈善超市的良好秩序得不到长久保障。同时，监督内容也较为狭窄，缺少对慈善超市物资接受、资金管理的全面监督，社会媒体和群众对于慈善超市的监督也没有充分发挥其作用。由于缺乏明确的监督机制，一些慈善超市工作人员对自身的职责定位不清晰，在日常工作中，服务水平和态度缺乏相关的规范，从而影响了慈善超市的口碑。这些问题和挑战需要引起慈善超市重视，进一步提高其自身发展水平。

除了以上问题，蓝布湾公益慈善超市成功的背后有许多更深层次的原因和机制，结合社会创新理论，本文总结了以下四点其多元化的服务模式和可持续性策略。

4.1. 准确定位

社会组织运营下的许多慈善超市正是因为对自身并没有很清晰的定位，导致超市运营越来越走下坡路，最终倒闭。部分社会组织运营下的慈善超市只是社会捐赠到发放给困难户的一个桥梁，这样运营的慈善超市，只是免费发放社会捐赠物品的救助点。后门接受捐赠，前门对外发放，是捐赠和领取物品的仓库[14]。这样的定位本就决定了超市运营的不长久。蓝布湾超市在建立初期就探索了慈善超市与普通超市的区别，主要包括店铺地址、服务内容、运营人员、营业时间、服务对象、工作状态、经营产品、经济价值、社会价值等。

Table 1. Difference between charity supermarkets and regular supermarkets

表 1. 慈善超市与普通超市区别

内容	慈善超市	普通超市
店铺地址	由政府提供，免房租，位置一般，运营成本低	自己选址，位置较好，人流量大，运营成本高
服务内容	慈善物资领取为主，兼公益活动开展，部分捐赠物资售卖，没有利润产品，捐赠物资品相库存等原因销量一般	卖货为主，利润产品为烟酒饮料
运营人员	以社工、或聘请员工为主	夫妻店(个人)、加盟店(员工两班倒)
营业时间	一般 8 小时工作制	一般每天营业时间 15 小时以上
服务对象	特定群体	不限
工作状态	上班制，缺少绩效考核，缺少主观积极性	创业制，有绩效考核机制，主动性强一点
经营产品	社会捐赠什么卖什么	顾客需要什么卖什么
经济价值	几乎没，以政府补贴、社会捐助为主	自力更生，市场机制，优胜劣汰
社会价值	残疾人就业、困境帮扶、公益教育、志愿服务，有较好的社会影响力。	/

如表 1 所示，慈善超市应根据自己运营的各方条件，进行自己的运营定位，才能实现可持续性发展，同时不拘泥于单纯的被动捐赠，要发挥能动性，提升自身的造血能力，丰富捐赠资源，把慈善超市有效的运转起来。

4.2. 精准匹配供需

从蓝布湾公益慈善超市的探索过程中，可以看出，慈善超市在准确定位的基础上还要精准的匹配供需，针对不同的人群，丰富自身的资源和产品。除了社区慈善超市，益优公益还专门针对不同需求的不同人群进行了分别定位，如针对青年人的职业装需求，在青年旅舍做了一家无人看管的自助慈善超市，主要卖青年人面试、上班需要的职业装以及日常休闲装，考虑到了青年人比较强烈的自尊心，有针对性地采用自助的模式，消除青年人尴尬，也是一种体面公益，同时还有效降低了运营成本。包括益优公益做的另一个“工友益站”也是精准匹配了供需，专门针对工地工友的需求，这些都给以社会组织运营慈善超市以启示，在超市的运营过程中，不能坐以待毙，要主动把握需求，并针对需求做好精准的供需匹配。

4.3. 全面筹集社会资源

社会组织运营下的慈善超市非常容易陷入的一个困境就是社会资源不足，过度依赖政府，自身造血能力差，导致物品捐赠量、捐赠物品的丰富度越来越低，使慈善超市的运营难以为继，最终只能关闭，

或沦为最初始的政府救助领域帮手的慈善超市形态。针对上述问题，蓝布湾公益慈善超市的做法可以给社会组织运营下的慈善超市关于筹集社会资源方面一些启发。

蓝布湾慈善超市除了日常的超市运营，还会根据需求策划一些慈善活动，更多的筹集社会资源，同时也做了公益。如曾做过一个慈善活动，名为“一元早餐，关爱城市美容师”，服务对象是城市中的环卫工人，其结合魅力厨房的品牌需求和库存产品，以一元一份(一份粥 + 一份面包，原价 8 元)的价格售卖给环卫工人，让环卫工人有尊严的获得所需帮助，以减轻生活压力，同时通过媒体传播来提升魅力厨房的品牌价值，减轻库存的资源浪费。在这个活动中，不仅仅帮助到了需要帮助的人，更多的是给其他社会组织一个启示，如何去撬动更好的、更多的社会资源。

4.4. 链接多个利益相关群体

社会组织运营下的慈善超市可持续发展的一大障碍是过度依赖政府，不会去链接其他利益相关群体，把“公益”的概念给狭隘化了，其实慈善超市可通过链接多个利益相关群体，实现多元化服务，其形式可以是多元化的、多样化的，同时也可以把多个利益群体连接在一起。比如蓝布湾慈善超市还会根据社区社工反馈的一些问题，有针对性的策划一些多利益方的活动，把各个群体链接在一起，比如曾合作阿里巴巴，在中秋佳节之际，社工为一线劳动者送去节日的祝福和问候，同时策划“谢谢你，杭州”主题活动，阿里巴巴捐赠闲置月饼，提升企业美誉度，倡导资源物尽其用，社区居民和阿里员工做志愿者参与一线捐赠，提高品牌美誉度，提升城市温度。社会组织也要学习这种形式，不要拘泥于超市的日常运营，而是要把周围的需求和利益群体结合起来，更加能够助力营造慈善超市的品牌形象，扩大声誉度，助力其发展。

5. 总结

本文通过益优公益“蓝布湾慈善超市”的案例研究，同时对比政府主导下的沈阳市和平区慈善超市，并结合社会创新理论，探讨了社会组织运营下的慈善超市的多元化服务模式与可持续发展的策略。通过文献梳理发现许多关于慈善超市的研究，多聚焦于慈善超市整体的角色、功能、不同主体下运营模式的讨论，缺少对社会组织运营下的慈善超市的可持续发展的研究，基于以上分析，主要以杭州 5A 级社会服务机构益优公益的慈善超市探索案例，试图总结出社会组织运营慈善超市的良好路径。通过对案例进行分析发现，社会组织想要良好运营慈善超市，实现慈善超市的多元化服务模式与可持续发展，可以从四个方面入手。首先，社会组织运行下的慈善超市要准确进行定位，不可过度依赖政府；其次，可以采取多元化的服务模式，针对不同的需求对象，采用不同的服务模式；再次，社会组织运营的慈善超市要学习多方筹集社会资源，掌握多种社会资源筹资技巧；最后，要链接多个利益相关群体，促进社会组织运营下慈善超市的长久发展。

参考文献

- [1] 马德峰. 慈善超市社会工程的表征及其推进[J]. 南通大学学报(社会科学版), 2014, 30(4): 115-120.
- [2] 李月娥, 赵肖然. 公私协力视角下慈善超市发展路径选择——基于辽宁省的调查数据[J]. 社会保障研究, 2016(1): 79-85.
- [3] 张彦. 社区慈善超市如何做久做大?——以上海的经验为例[J]. 社会科学, 2006(6): 74-85.
- [4] Kaplan, J. (2001) Prevention of Welfare Dependency—An Overview. *Spectrum: Journal of State Government*, 74.
- [5] Edwards, D. and Gibson, L. (2017) Counting the Pennies: The Cultural Economy of Charity Shopping. *Cultural Trends*, 26, 70-79. <https://doi.org/10.1080/09548963.2017.1275131>
- [6] 高功敬. 慈善超市的运行模式——济南市慈善超市的个案分析[J]. 社会科学, 2006(3): 121-126.

-
- [7] 潘小娟, 吕洪业. 构建慈善超市长效发展机制的探索[J]. 国家行政学院学报, 2010(1): 96-100.
- [8] 徐家良, 张其伟, 汪晓菡. 多中心治理视角下慈善超市角色与困境——基于 S 市的调查[J]. 中国行政管理, 2017(12): 54-59.
- [9] 苗青, 张晓燕. 从慈善超市到善意经济: 新框架和新预见[J]. 浙江大学学报(人文社会科学版), 2019, 49(1): 173-183.
- [10] 徐家良, 彭雷. 运营战略、种群关系与生态位: 慈善超市生存空间新框架[J]. 中国行政管理, 2019(11): 104-110.
- [11] 郭寅曼, 季铁. 美国设计与社会创新发展概况综述[J]. 包装工程, 2017, 38(12): 17-21.
- [12] Moolaert, F., Martinelli, F., Swyngedouw, E. and Gonzalez, S. (2005) Towards Alternative Model(s) of Local Innovation. *Urban Studies*, 42, 1969-1990. <https://doi.org/10.1080/00420980500279893>
- [13] 肖文. 合作治理视阈下沈阳市和平区慈善超市发展问题研究[D]: [硕士学位论文]. 沈阳: 辽宁大学, 2020.
- [14] 李雪萍, 陈伟东. 社区慈善超市: 慈善为本市场为径[J]. 社会主义研究, 2006(4): 71-74.