

第55章 积分制管理

第四部 · 铸魂篇 · 第八篇 · 乡村治理与便民服务

第53章《两委公开栏》解决了“信息透明”的问题——让村民看得见、看得懂。第54章《村民议事厅》解决了“村民参与”的问题——让村民有声音、有权力。但还有一个问题没有解决：怎么让村民“愿意参与”？

透明和参与，是制度设计。但制度要真正运转起来，还需要“动力”——村民为什么要参与？参与有什么好处？不参与有什么损失？

在传统的乡村治理中，村民参与的“动力”是模糊的——参与是“义务”，而不是“权利”；做好事是“应该的”，而不是“有回报的”。这种模式在熟人社会中曾经有效——靠的是人情、面子、舆论压力。但随着社会的变化，传统的社会约束力在减弱，需要新的激励机制来替代和补充。

积分制管理，就是这套新的激励机制。它不是“用钱收买村民参与”——那是短视的。它是一种“行为量化、积分累积、奖励兑现”的激励体系——让村民的每一次好行为都被记录、被量化、被奖励，让“做好事”成为一种“有回报”的选择。

SCCMHP平台的积分制管理模块，不是要做成一个“打分系统”——那太机械了。它要做的是：以积分为载体，构建“行为—积分—奖励—激励—行为”的正向循环，让好风气在乡村可积累、可传承、可持续。

一、积分制管理的定位：从“要我参与”到“我要参与”

积分制管理的核心使命，不是“给村民打分”——那是评判。它的核心使命是：用激励引导行为、用积累创造价值、用奖励激发动力——让村民从“被动参与”走向“主动参与”，从“要我干”走向“我要干”。

这个定位决定了积分制管理模块的几个核心原则：

- 不只是“奖惩工具”，更是“行为引导”——积分制的目的不是“惩罚不好的行为”，而是“激励好的行为”——用正向激励引导村民自觉行动。
- 不只是“短期刺激”，更是“长期积累”——积分不是“一次性”的，而是“可持续积累”的——一次做好事得10分，十次做好事得100分——让好行为的价值在积累中放大。
- 不只是“物质奖励”，更是“荣誉认可”——积分兑换的不只是物质奖励，还有荣誉、信任、尊重——“高分村民”的身份本身就是一种荣誉。

积分制管理的独特价值，在于它“让好行为‘有回报’”——在传统观念中，“做好事不求回报”是美德。但从社会治理的角度看，“做好事有回报”更能激发持续的行为。积分制不是“否定美德”，而是“让美德可持续”。

二、积分制管理的积分体系

2.1 积分获取规则

积分获取是积分体系的基础——什么行为可以获得积分、每次获得多少积分。平台根据村庄的实际情况，设置积分获取规则：

（一）公共参与类

行为	积分	说明
参加村民议事	10分/次	参与议事讨论或投票
参加村集体活动	5—20分/次	根据活动类型和参与时长
志愿服务	5—30分/次	根据服务时长和服务内容
提出合理化建议	10—50分/条	被采纳的建议给予额外加分

（二）文明风尚类

行为	积分	说明
门前“三包”达标	5分/月	房前屋后卫生、绿化、秩序
垃圾分类正确投放	2分/次	按分类标准正确投放
邻里互助	10—30分/次	帮助邻居解决实际困难
见义勇为	50—200分/次	经村“两委”认定
移风易俗	20—50分/次	红白喜事简办、拒绝铺张浪费

（三）家庭建设类

行为	积分	说明
家庭和睦	20分/年	经村民评议

行为	积分	说明
子女教育优异	30—100分/年	获得校级以上表彰
孝老爱亲	20—50分/年	经村民评议

（四）产业发展类

行为	积分	说明
参与技术培训	10分/次	完成培训课程
采用新技术	20—50分/项	经农技人员确认
带动他人致富	50—200分/人	带动就业或产业增收

积分获取的规则要“公开、透明、可操作”——村民知道“做什么能得分、一次得多少分”，干部知道“什么行为该给分、给多少分”。规则不模糊、不随意、不因人而异。

2.2 积分使用规则

积分获取只是“存”，积分使用才是“兑现”。平台提供多种积分使用方式，让积分“有价值”：

（一）物质奖励

- 生活用品兑换：用积分兑换米面粮油、日用品、小家电等实物。
- 服务兑换：用积分兑换理发、洗衣、代购、家政等服务。
- 消费抵扣：在便民零售店、多商户购物平台用积分抵扣消费金额。
- 农资兑换：用积分兑换种子、化肥、农药等农资。

（二）荣誉奖励

- 积分排名公示：每月公示积分排名，让“高分村民”有面子。
- 星级评定：根据年度积分评定“星级文明户”——一星到五星，不同星级享受不同待遇。
- 表彰奖励：年度积分最高的村民在村民大会上进行表彰，颁发荣誉证书和奖品。
- 优先推荐：高分村民在入党、参军、评优、招工等方面优先推荐。

（三）政策优惠

- 贷款优惠：高分村民在金融服务中享受更高的信用评级和更低的贷款利率。
- 项目优先：高分村民在土地流转、项目承包、技能培训等方面享有优先权。
- 福利倾斜：高分村民在村集体福利分配中享有更高的份额。

积分使用的核心原则是“让积分‘值钱’、让高分‘有面子’、让积累‘有意义’”——积分不是“虚的”，而是“实的”；高分不是“好看”，而是“好用”。

积分的“乘数效应”：积分制管理的价值不在于“10分能换一瓶酱油”，而在于“10分背后的一系列正向行为”。一次志愿服务得了10分，换了一瓶酱油——但这瓶酱油背后，是村民参与了一次集体活动、帮助了别人、为村庄做了贡献。积分的“乘数效应”，是它对社会关系的改善、对社区凝聚力的增强、对文明风尚的推动。这瓶酱油的价值，远远大于酱油本身。

三、积分制管理的四大核心功能

3.1 积分记录与自动归集

积分记录是积分制管理的基础。平台提供便捷、准确的积分记录方式：

- 自动归集：与平台其他模块联动，自动记录积分——参与村民议事自动加分、参加志愿活动自动加分、垃圾分类正确投放自动加分——减少人工干预，降低管理成本。
- 手动申报：对于无法自动归集的行为，村民可以通过平台自主申报——“我今天帮助邻居修了屋顶，申请积分”——村“两委”审核后确认加分。
- 扫码记录：参与活动时扫码签到，系统自动记录参与时长和积分。
- 家庭账户：以家庭为单位设立积分账户，家庭成员的行为积分归入家庭总账户——一人做好事，全家得积分。

积分记录的核心原则是“应记尽记、及时准确、公开透明”——每一分都有出处、每一分都可追溯、每一分都经得起检验。

3.2 积分查询与公示

积分记录让村民“看得见、查得到”。平台提供积分查询和公示功能：

- 个人查询：村民随时查询自己的积分——总分、明细、来源、使用记录。
- 家庭查询：家庭成员可查询家庭总积分和各成员的贡献。
- 排名公示：每月公示积分排名——全村排名、各组排名——让村民了解自己的位置、激发竞争动力。
- 积分变动通知：积分变动时自动推送通知——“您因参加志愿服务获得10分，当前总积分85分”。

积分公示的核心原则是“让积分‘看得见’，让比较‘有动力’”——不是“揭短”，而是“激励”；不是“排名”，而是“标杆”。

3.3 积分兑换与奖励兑现

积分兑换是积分制管理的“变现”环节——让积分从“数字”变成“价值”。平台提供积分兑换服务：

- 在线兑换：村民在平台上浏览可兑换的商品和服务，在线下单兑换，系统自动扣减积分。
- 线下领取：兑换的商品在村级服务站领取，兑换的服务由村级服务站安排提供。
- 兑换记录：每一次兑换都有记录——兑换了什么、用了多少积分、剩余多少积分。
- 兑换评价：村民对兑换的商品和服务进行评价——质量好不好、服务满不满意——作为后续兑换商品和服务采购的参考。

积分兑换的核心原则是“兑换便捷、货真价实、物有所值”——不让积分“贬值”、不让村民“跑空”、不让兑换“打折扣”。

3.4 数据统计与效果分析

积分制管理需要持续优化，优化的基础是数据。平台提供积分数据统计和分析功能：

- 参与率统计：村民的积分参与率——有多少人获得了积分、多少人从未参与。
- 行为分布统计：积分来源的分布——公共参与类占多少、文明风尚类占多少、家庭建设类占多少——了解村民的主要行为方向。
- 兑换偏好统计：积分兑换的偏好——最喜欢兑换什么、什么兑换率最高——指导积分兑换资源的配置。
- 趋势分析：积分参与率的变化趋势、积分总量的变化趋势——评估积分制管理的效果和村民的参与热情。

数据分析的核心原则是“用数据说话、用效果检验”——不是“凭感觉优化”，而是“凭数据决策”。

四、积分制管理的落地要点

4.1 因地制宜制定规则

积分制管理的规则不能“一刀切”——不同村庄有不同的文化传统、不同的产业特点、不同的治理需求。积分规则要因地制宜：

- 文化特色村：可增加文化传承类积分——参与文化活动、传承非遗技艺、讲述家族故事。
- 产业特色村：可增加产业发展类积分——参与技术培训、采用新技术、带动产业发展。

- 环境整治重点村：可增加环境治理类积分——垃圾分类、门前三包、绿化美化。

4.2 循序渐进稳步推进

积分制管理的推进要循序渐进——不能“一口吃成胖子”：

- 先易后难：先从容易量化、容易操作的行为开始积分——参加活动、参与议事、门前三包——逐步扩展到更复杂的行为。
- 先试后推：先在试点村庄运行，验证规则的有效性和可操作性，优化完善后再推广。
- 先奖后惩：初期以正向激励为主——只加分、不扣分——让村民感受到“参与有好处”，形成参与习惯后再考虑引入扣分机制。

4.3 公开透明确保公信

积分制管理的公信力，取决于“公开透明”：

- 规则公开：积分获取规则、积分使用规则、积分管理规则全部公开。
- 记录公开：积分记录可查询、可追溯、可核对。
- 兑换公开：积分兑换的商品和服务公开透明、质价相符。
- 监督公开：设立积分管理监督小组，接受村民的质询和监督。

五、积分制管理与其他模块的协同

协同模块	协同内容
两委公开栏	积分规则、积分排名、兑换信息在公开栏中公示
村民议事厅	参与议事自动获得积分，积分高的村民在议事中有更大的话语权
居民档案	积分记录归入居民档案，形成完整的个人和家庭行为画像
时间银行	志愿服务类积分与时间银行联动——志愿服务既赚时间币、又赚积分
金融服务	积分与信用评级挂钩，高分村民享受更优惠的金融服务
城乡通	积分可兑换农产品，促进农产品销售
多商户购物平台	积分抵扣消费金额，促进消费
便民生活服务	积分兑换生活服务——理发、保洁、家政等
数据分析与驾驶舱	积分参与率、行为分布、兑换偏好等数据汇总至各级看板

六、积分制管理的落地路径

第一阶段是“定规则、建平台”——根据村庄实际情况，制定积分获取和使用规则。完成积分制管理平台开发上线，建立积分记录、查询、兑换等核心功能。

第二阶段是“推参与、聚人气”——在试点村庄推动积分制运行，通过简单易得的积分项目——参加活动、参与议事——让村民“尝到甜头”，激发参与热情。

第三阶段是“扩范围、深应用”——扩大积分获取范围，深化积分应用场景——从“小事”到“大事”、从“物质”到“荣誉”、从“村里”到“全网”——让积分的价值持续放大。

第四阶段是“建文化、成常态”——推动积分制从“管理制度”走向“乡村文化”——让“赚积分、比积分、用积分”成为村民的生活方式，让好风气在积分中积累和传承。

七、积分制管理的“根”与“魂”

积分制管理做的，表面上是记录积分、兑换奖励、排名公示。往深处看，它做的是三件更根本的事：

第一，让好行为“有回报”。在中国传统美德中，“做好事不求回报”是高线，但不是所有人都能达到高线。积分制管理提供了一条“底线”——你可以不求回报，但你如果求回报，也有一个公平合理的回报机制。它让“做好事有回报”成为社会常态，而不是个别案例。

第二，让好风气“可积累”。一个好行为，影响有限；一百个好行为，影响就大了；一年到头的好行为，影响就不可估量了。积分制管理让好行为不是“一次性的”，而是“可持续积累的”——每一次好行为都在为个人和家庭的“道德账户”充值，日积月累，形成不可忽视的“道德财富”。

第三，让好村民“被看见”。在传统的熟人社会中，“谁好谁坏”大家都心里有数，但这种“心里有数”是模糊的、不可量化的、不可比较的。积分制管理让“好人好事”变得可见、可量、可比——高分村民的荣誉是“看得见的”，他们的贡献是“数得清的”，他们的榜样力量是“摸得着的”。

积分制管理的“根”，扎在每一次被记录的好行为里。积分制管理的“魂”，藏在每一个因为积分而更愿意做好事的村民的心里。

本章核心观点

积分制管理是SCCMHP平台乡村治理激励体系的核心模块，核心使命是“让好行为‘有回报’，让好风气‘可积累’”。平台定位为“以积分为载体，构建‘行为—积分—奖励’”。

——激励一行为’的正向循环”——让村民从“要我参与”走向“我要参与”。积分体系涵盖公共参与、文明风尚、家庭建设、产业发展四大类行为，每类行为有明确的积分规则。积分使用方式包括物质奖励、荣誉奖励、政策优惠三大类，让积分“值钱”、让高分“有面子”、让积累“有意义”。四大核心功能包括积分记录与自动归集、积分查询与公示、积分兑换与奖励兑现、数据统计与效果分析。自动归集减少人工干预、降低管理成本；积分公示让比较有动力；积分兑换让积分有价值；数据分析支撑持续优化。积分制管理的落地要遵循“因地制宜制定规则、循序渐进稳步推进、公开透明确保公信”三大原则。积分制管理与两委公开栏、村民议事厅、居民档案、时间银行、金融服务、城乡通、多商户购物平台、便民生活服务等模块深度协同。落地需分阶段推进“定规则建平台—推参与聚人气—扩范围深应用—建文化成常态”。积分制管理的核心价值——让好行为“有回报”、让好风气“可积累”、让好村民“被看见”。