

人民日報批國人「小富即奢」

中國遊客倫敦揮金「奪冠」 買奢侈品主力僅25至35歲

香港文匯報訊(記者 莫豐齊 北京報導)倫敦奧運落幕，中國不但奧運獎牌位居前列，中國遊客在倫敦奧運期間的消費居冠也令人驚嘆。《人民日報》海外版12日發表文章認為，中國人熱衷「小富即奢」，花錢是為了炫耀。據國際信用卡巨頭Visa公司統計，在奧運期間，中國遊客出手最為闊綽，平均每筆消費高達203.04英鎊(約合2,470港元)，比排名第2的阿聯酋遊客高出10%。此外，中國這一群奢侈品消費者的平均年齡為25至35歲，遠遠小於國際水平，更是讓人對中國人「小富即奢」現象產生深思。

奧運會期間，一些中國遊客雲集在倫敦主要商場，成為倫敦「最受歡迎的客人」。貝斯摩爾賓館的領班說，每天一早就能見到中國遊客，像勤勞的工蟻，早出晚歸shopping，把大包小包拖向飛機。倫敦西菲爾德購物中心負責人說：「中國顧客，是商場最想抓住的上帝。」

票務代理：自費少 因公多

倫敦最著名的哈羅德(Harrods)百貨內，世界頂級奢侈品品牌一應俱全，這裡也就成了中國遊客最「扎堆」的地方。倫敦市中心的邦德街，不滿兩公里的距離雲集了100家世界著名品牌，這裡隨處可見黑頭髮黃皮膚講中文的遊客。英觀光局稱，「中國人對奢侈品的熱愛讓人吃驚」，名牌皮包、衣服、化妝品，奢華的酒店、飲食……中國人消費力驚人。

這些漂洋過海去倫敦大把燒錢的，基本上不是普通中國人。獨家代理倫敦奧運會中國



中國人對奢侈品的熱愛及購買力讓世界吃驚。圖為中國遊客在英國倫敦名店哈羅德百貨內購物。



奢侈品的地方隨處可見中國遊客。圖為倫敦街頭熙熙攘攘的人群。網上圖片



內地LV支持者們搶購LV拎包。資料圖片

內地票務的凱撒國旅市場部工作人員說：由於英國簽證處於對中國民眾赴英簽證把關較嚴，再加上只有極少數的民眾選擇自費去倫敦看奧運會，所以此期間因公赴英的居多。另一家知名旅行社市場部一位經理也說：專程去看奧運會的體育迷，屬於小眾群體。

這群「富人」的年齡也是一個問題。中國社科院財經戰略研究院副研究員依紹華說，發達國家奢侈品消費者平均年齡在40-70歲，但中國的奢侈品消費者平均年齡只有25-35歲。年紀輕輕，錢從哪裡揮來的呢？這

是一個值得深思的問題。

英商家招數盡出攬華客

奧運期間，倫敦遊客比去年同期減少11%。著名景點、餐館、劇院、影院甚至包括出租司機的收入，都銳減三四成。英媒自嘲倫敦是一座「幽靈城」。而此城「最受歡迎」的客人，是中國人。

為了掏乾榨淨中國遊客的錢包，英國人絞盡腦汁。一是打免稅牌。倫敦各商家爭相貼上中文標語「我們免稅」，勾起購買慾。來

自中國浙江的羅小姐說：「同樣的一款皮包，這裡算下來要比中國便宜三四千元，很划算」；二是開通銀聯卡消費，在哈羅德精品百貨公司、塞爾福裡奇(Selfridges)百貨公司和韋斯菲爾德(Westfield)購物中心這些英國著名商場裡，中國遊客可以使用銀聯卡便捷消費；三是英國移民部放寬對中國簽發旅遊簽證。從今年上半年開始，英國開始改進簽證申請流程。此外，各商家用簡體中文書寫巨大橫幅「歡迎來到倫敦」，僱傭說普通話的僱員讓消費者感到

「賓至如歸」，這些「貼心服務」也讓不少中國人掏了腰包。

對此，中國社科院財經戰略研究院副研究員依紹華指出，奢侈品消費觀已經被嚴重扭曲，盲目追捧和品牌飢餓營銷的雙重因素之下，才造就了中國現在世界第二大奢侈品消費大國的地位。因此，中國社會要轉變小富即奢的消費觀，提高奢侈品消費者品位，推動奢侈品消費者積極承擔社會責任，主動承擔公益事業，使財富獲得更大的外部效應。

神州視點

中國人均收入水平尚排在全球120名開外，但奢侈品消費能力卻已經輕鬆超過了「總量第二名」日本，以及「單筆消費第二名」阿聯酋。「中國人愛買奢侈品」在世界迅速出名，怎麼看都像一部滑稽劇。奢侈品不是普通消費品，也不是必須消費品，國人為何會趨之若鶩？原因大致如下：

首先，「免稅品」頭銜吸引國人爭相消費。假設成本100元的東西，平時賣1萬元，「免稅」了賣9,000元，國人就會覺

一邊貧窮 一邊奢侈

得佔了大便宜，如同着了魔一樣瘋狂購買。

其次，隨著生活水平提高，有些人開始有了「錢生錢而不是汗生錢」的所謂理財觀念。「1萬元1瓶的拉菲，中國人覺得是稀罕物，爭相購買，結果供不應求，價格漲到2萬元1瓶，國人覺得是投資，滿足了「保值增值」的需要。

再次，中國是送「禮」之邦，中國人愛面子，從古至今如此。買奢侈品送人，同時給足了雙方的面子。奢侈品代替傳統禮

品，成了新的社交工具。

此外，有些暴發戶為了「顯示」自己與原來那個層次的人的「區別」，買奢侈品來享樂、炫耀，奢侈品成了體現個人「身份」、「價值」的強悍標識。

奢侈品淪扭曲價值觀寫照

最後，公款消費，花公家的錢買自己的奢侈品。據說，中國最大的奢侈品消費是公款消費，真正買奢侈品的人，也根本統計不到。

香港文匯報記者 莫豐齊

其實，在發達國家，人們只將4%的收入用於購買奢侈品，而在中國，許多消費者卻用收入的40%或以上來購買奢侈品；還據說，發達國家奢侈品消費者的平均年齡在40-70歲，中國的奢侈品消費者的平均年齡才25-35歲。這些二三十歲的年輕人，包機去倫敦看奧運，一頓飯吃掉幾萬英鎊。

如此，奢侈品不再是一種「稀缺、高端、高品質」商品，而成了一種怪異、錯位、畸形、扭曲的消費心理，一種貧窮、窘迫、虛無、空洞的人生價值觀，一種「一邊貧窮愚昧，一邊紙醉金迷」的社會現實與文化生態的可悲寫照。

人滿為患



近日，避暑勝地青島全面進入旅遊旺季，各景區人滿為患。圖為遊客在青島第一海水浴場戲水納涼。新華社

香港文匯報訊 據《解放日報》消息，內地《防暑降溫措施管理辦法》日前正式出臺，對勞動者的高溫待遇作了相關規定，明確了從事高溫作業的勞動者依法享受崗位津貼。內地一招聘網針對基層打工用戶發起的調查顯示，有62%的受訪者表示沒有收到過高溫費，在餘下收到過高溫費的受訪者中，每月50至99元(人民幣，下同)高溫費比例最高。

據調查，從事足療保健業的打工者未拿到高溫費的比例最高，為87%，但該工種大多在非露天環境下工作。而露天工作在外奔波的快遞物流人員，84%拿不到高溫費；從事裝修施工、工廠操作、建築工地、保安物業等人員拿到高溫費的比例較高。

廣東等地續發價格補貼

另據《京華時報》消息，國家發改委介紹，今年以來價格總水平同比漲幅高位回落，但部分居民生活必需品價格仍高位運行，按照去年建立的社會救助和保障標準與物價上漲掛鉤的聯動機制的規定，二季度廣東、天津、山東、新疆、西藏等地繼續啟動聯動機制，向困難群眾發放價格臨時補貼。

其中，廣東省14個地級市累計向困難群眾發放價格臨時補貼3,473.38萬元。天津市累計向98.97萬困難群眾發放價格臨時補貼資金3,763.78萬元。山東省17個地級市啟動聯動機制，累計向困難群眾發放價格臨時補貼資金1,999.4萬元。

外媒：中國富人大量移民海外



參觀者在北京國際頂級生活品牌博覽會上觀看一款全球限量5台的鋼琴。資料圖片

香港文匯報訊 英國《經濟學人》雜誌日前發佈一份報告稱，中國內地目前有超過100萬的千萬富翁，人均資產超過160萬美元。但根據胡潤7月31日的報告，超過16%的中國富人已移民海外或是正在辦理移民手續，44%的人準備離開，超過85%的人計劃將子女送到海外求學，1/3的人在海外擁有資產。

頂級富豪群 資產達5萬億

報道稱，這些千萬富翁受益於中國近年來經濟的高速發展，但其中僅有28%的人看好中國未來兩年的發展勢頭，去年還有54%的人對中國經濟信心滿滿。這樣的憂慮在中國國家外匯管理局(SAFE)同一天發佈的報告中也能窺得一二，該報告顯示，中國第二季度國際收支平衡自1998年來首次呈現赤字。簡單的說，就是資本流出中國的金額超過了流入金額。

SAFE的一位發言人回應稱目前的資產外流並不是大量的資產外逃。中國資產管理部門已經控制了一部分的資本外流。但是這樣的監管並不能阻止跨國公司將利潤轉移回國，也不能阻止富人本身持有海外賬戶，經營跨國貿易。中國公民每年可自由攜帶出境的資產高達5萬美元。美國西北大學的Victor Shih表示，中國最富有的1%的家庭共擁有2萬億到5萬億的不動產及流動資產，如果他們轉移資產，這筆資產將超過中國的外匯儲備。

天津首家保稅品展銷中心開業

據中新社12日電 作為天津探索實行離島免稅政策的操作平台，天津東疆國際商品展銷中心12日在東疆保稅港區開業。該中心總建築面積逾13萬平方米，是集展示、銷售、貿易於一體的綜合性商業中心，目前，匯聚了商務機、遊艇、豪華車、葡萄酒、進口食品及高檔傢俱等高端商品和保稅商品，上百個世界著名品牌、萬餘件商品。按照規劃，天津東疆國際商品



私人飛機在天津東疆國際商品展銷中心展出。新華社

旅遊增勢放緩 三亞力拓海外

據中新社12日電 海南三亞將新增或加密多條韓國、俄羅斯、哈薩克斯坦、蒙古國至三亞的旅遊包機航線，積極開拓國際市場。

蒙古國將成為三亞市新興客源地市場，兩地企業已於7月開通了「蒙古烏蘭巴托—三亞」的包機航線。韓國最大的前四家旅行社將從今年9月29日起開通包機，每周兩班從首爾、仁川等城市飛三亞；三亞一旅行社將於9月份增開「韓國—三亞」包機航線，計劃每周兩班；三亞俄羅斯客源地市場最大組團社下半年將增加直飛三亞的航班數量；在中亞市場，三亞一家旅行社從10月份起將增開「阿斯塔納—三亞」航線。

統計數據顯示，今年三亞遊客接待量增勢放緩，上半年接待過夜遊客534.51萬人次，同比增長4.4%，但比去年全年增速下降11.29個百分點。入境遊客23.02萬人次，同比降幅達8.98%。旅遊飯店平均開房率為58.3%，比去年平均水平下降了6.21個百分點。

中企進軍國際 將加強外事服務

據中新社12日電 中國外交部外事管理司司長林松添，昨日提出中國外事服務企業要「走出去」。

林松添分析中國企業「走出去」的風險和挑戰，包括缺乏熟悉國際規則的人才、缺乏對市場的了解、項目所在國家或地區的政策風險、安全風險、公關模式的不同、文化差異等。

林松添說，外事不僅服務政府，還要服務企業。外事服務企業「走出去」需做好引領企業投資方向，推介企業，規範企業行為，提供信息服務這四方面工作。

高溫津貼 六成受訪者未收過