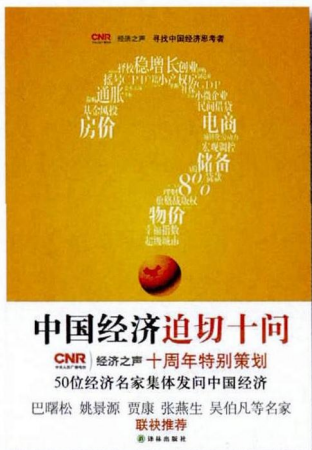


中国经济迫切十问



中国经济迫切十问
中央人民广播电台经济之声 编
译林出版社
2013-01 46.80
978-7-5447-3554-4

本书由中央人民广播电台经济之声栏目组织，就时下中国经济所面临的问题进行发问，邀请众多专家学者、政府官员、实际从业者等撰文作答，内容涉及经济发展、社会时事、民生民情以及文化教育等各领域和行业。数十多位专业人士，数十多篇精辟文章，冷静把脉当下中国经济。

中国收入分配的关键问题是分配不公

市场经济条件下，存在收入差距应该说正常现象。同时，一个社会到底能够忍受多大程度的收入差距也没有确定的标准。有的国家对收入差距忍受程度高一些，而有的国家则相对低一些。例如，美国有着发达国家最高的收入差距，但美国人对收入差距的抱怨却比其他西方国家都少。一般来说，如果收入差距扩大是市场机制下通过比较公平的分配方式带来的结果，那么，它所引起的社会不满就会相对小得多。如果收入差距更多地由不公平的分配方式所导致，那么，即使收入差距并非十分严重，社会不满也会非常强烈。

从世界各国曾经达到的收入差距程度来看，社会对单纯收入差距扩大的容忍程度要远高于收入分配不公平。目前政局动荡的北非国家，出现问题的根源在很大程度上和收入分配不公平现象密切相关。例如，埃及的基尼系数在0.3—0.35上下，收入差距似乎并不是很大，但就业机会匮乏和财富过度集中造成的分配不公，却引发了社会动荡，造成了政权的更迭。有报道指出，穆巴拉克家族的财富估计在400—700亿美元之间，占其国家GDP的1/4，同时失业率（9.4%）高居不下，青年失业问题尤其严重（失业率15.8%）。

中国收入分配问题的严重性或者说问题的根源并不仅仅在于收入差距扩大本身，这只是问题的表面现象，问题的根源在于收入差距扩大在很大程度上是通过不公平的分配方式所引起的。所谓

收入分配不公平，简单说来就是社会财富或者收入以不合法不合理或者不透明的途径和方式流入了部分群体或者个人的口袋，而应该得到财富和收入的群体或者个人却被排除在外。也可以进一步地说，收入分配不公实际上就是不该得到收入的人得到了收入，而该得到的人却没有得到。

当前，中国经济快速增长，大量社会财富不断被创造出来，但令人遗憾的是，其中有相当一部分社会财富以不公平的方式被分配，这不仅加大了收入差距和贫富差距，而且也是制造社会裂痕的重要根源，成为威胁社会稳定的最危险因素。因此，只盯住收入差距问题而不着重解决收入分配过程中的不公平现象，收入差距即使能够得以缩小，收入分配问题也不会从根本上得到解决。

公平地说，收入分配不公平也是在任何国家和社会都存在的普遍现象，只不过中国目前的收入分配不公现象涉及范围更广，程度更严重，危害更大。而且，与其他国家相比，中国收入分配不公更有着其特殊性和复杂性。这主要是因为中国仍然是一个向市场经济过渡的国家，社会主义的基本经济制度面临着如何适应市场机制的问题。

在目前中国这个特殊的发展阶段，通过不公平分配得到了巨额社会财富者已经形成了一个巨富或者说豪富阶层，这部分人虽然从数量上来讲不大，但产生的社会影响相当大，带来的社会震荡也比较剧烈。由分配不公所导致的社会财富向少数人的集中，使社会上大多数

人产生了相对剥夺感，即使中高收入的工薪劳动者也常常认为自己属于社会的低收入阶层或者弱势群体。中国目前已经成为全球第二大富豪产生地，是世界上产生富豪速度最快的国家。当然，富人增加是经济发展的必然，但中国的问题则在于“豪富阶层”的财富积累过程与分配不公有着割不断的联系。中国“豪富阶层”呈现出行业集中、财富积累渠道集中的特点。据2007年波士顿咨询公司发布的《全球财富报告》统计，中国41%左右的财富被0.1%的“豪富家庭”掌控。豪富群体的财富积累渠道，主要是低价收购兼并全民所有制企业，上市圈钱和进入房地产、矿产等行业。有调查显示，拥有一亿元人民币可投资资产的人群中，27%已经完成了移民，47%正在考虑移民，长期投资、创业型投资撤离到海外。对于中国的经济发展来说，这显然是一个极其危险的信号。

与单纯的收入差距拉大相比，收入分配不公往往会给社会带来更大的威胁和更严重的伤害。一般来说，收入分配不公并不一定总表现为收入差距的扩大。我国计划经济体制时期，表面上看收入差距很小，却也是一个收入分配严重不公的社会。在计划经济时期，合理的收入差距被人为抹平，同样表现为有些人没有得到应有收入，而有些人得到了不该得到的收入，其结果，收入分配不公导致经济社会发展停滞。当然，如果收入分配不公伴随着收入差距扩大，且收入分配不公又是导致收入差距扩大的重要原因，那么，这样的收入分配状态就更加危险。事实上，中国目前就处在这种状态之中，这也是改善收入分配状况在中国当下的经济社会发展中为什么显得异常迫切的原因。

现代版“都督打黄盖”

2012年8月30日，中国消协联合京津沪等六省市消协，通过其官方网站继续炮轰苹果公司，控诉苹果霸王条款的

“十宗罪”，比如在维修过程中不对机器中数据保密、损失承担责任，维修时可以在不告知消费者的情况下使用旧部件等。这已经是中消协连续三个月内第三次对苹果开炮，但是结果怎么样呢？苹果公司既没有深刻反省，痛改前非，也没有惊慌失措，忙于救火，而是泰然自若，依旧我行我素。消费者呢？也没有如消协苦口婆心规劝的那样“对苹果产品谨慎购买”，苹果产品购销两旺。当消费者在用iPhone、iPad看到这条炮轰苹果的消息时，没有气愤，只有麻木。这像上演了一出现代版的“周瑜打黄盖，一个愿打，一个愿挨”，中消协倒落了个狗拿耗子，多管闲事。那么苹果在国外也敢这么傲慢吗？有业内人士指出，苹果在中国的维修条款是“普通版本”，而在日本、澳大利亚、英国等国还有“特殊条款”。如此看来，苹果是单欺负中国的老实人，捺软柿子捏了。

洋都督为什么敢打中国黄盖

三国演义中的周瑜，为了共同的目标不得不牙一咬、心一狠施杖刑于黄盖。洋品牌对中国的消费者也一样，打起来毫不手软。根本不存在是否愿打的问题，而是洋品牌为什么敢打中国消费者，原因很简单，因为洋品牌不害怕中国消费者，打了白打，没有什么代价，白打谁不打。

洋品牌出了事，代价主要有两方面，即当前直接损失和未来潜在损失。那么我们看一下洋品牌在国外和中国出事这两方面的代价，就明白为什么洋品牌敢打中国消费者，而不敢打别国消费者了。

当前直接损失

当前直接损失主要包括产品召回、下架、停止销售、赔付、罚款等。

洋品牌在本国或规则严格明确的国家销售时，一旦触犯法律法规会受到非常严厉的惩罚。例如跨国公司在欧盟触

犯反垄断法最高将被处以年营业收入10%的罚款，2011年联合利华和宝洁公司因操纵洗衣粉价格被罚款近3.2亿欧元。美国的罚款也多以亿为单位。再来看一下国内，2011年中国监管部门对洋品牌开出了一张天价罚单——沃尔玛重庆12家门店用普通猪肉冒充绿色猪肉，被重庆工商部门罚款269万余元。同样是2011年，在中国的阿迪达斯、耐克等多个品牌被曝含环境激素，对生殖系统有害，但最终这件事却成了“断头新闻”，阿迪达斯、耐克等企业没有采取任何补救，也未受到任何惩罚，最终不了了之。

2010年丰田公司数次对雷克萨斯、皇冠等8款有缺陷的车实施全球召回，但中国市场除外。2011年强生婴儿洗发水被曝出含有可致癌的二恶烷以及季铵盐-15，在英国、日本等8国所售产品已不含有这些物质，强生在中国却声称各种成分都符合中国标准，所以相关产品不会下架。宝洁在中国召回“欧乐-B”漱口水时则设置了重重障碍，手续烦琐，消费者不能直接到柜台退换货。

对中国的洋品牌来说，罚款如同是九牛拔了一毛；召回是在除中国外的地区进行；在国外需下架停止销售的产品符合中国标准不必下架；至于赔付，且不说赔付金寥寥无几，又真几个人去诉诸法律并打赢官司呢？所以洋品牌在国外伤筋动骨大出血的问题，到了中国最多是感冒打个喷嚏，如此小的代价甚至没有代价，洋品牌打起中国消费者几乎想都不用想。

未来潜在损失

未来潜在损失主要是客户群的流失造成的损失。现实是洋品牌并不担心客户流失，因为在经历了风风雨雨之后，客户确实没有流失。

中国的消费者是很聪明的，洋品牌出事后，他们会判断这件事对于他们自身利益的影响，权衡购买出事洋品牌的

得失，然后做出以后买或者不买的决策。根据对消费者利益损害的严重程度，我们可以把洋品牌的危机事件分为三类，分别来看一下三种情况下的客户流失程度。

第一类：无关痛痒。洋品牌的危机事件对消费者没有什么切身利益损害，而购买洋品牌，依然可以提升自身品味，满足心理需求。这种情况自然是事不关己，高高挂起，消费依旧。洋品牌几乎没有客户流失，甚至可能因为危机事件反而扩大了知名度。例如GUCCI的“虐工门”事件，员工喝水要申请，上厕所要报告，成了千夫所指的血汗工厂，但销售依旧红红火火。

第二类：有点受伤。洋品牌的危机事件对消费者造成了一定伤害，但尚可容忍。这种情况下消费者可能在洋品牌之间暂时流动，但回归国产品牌的并不多，一段时间之后，事件的影响趋于平静，消费者在消费习惯的作用下逐渐回归。例如肯德基的“豆浆门”事件，其豆浆为成本仅是售价十分之一的豆浆粉勾兑而成；“味千拉面”的“骨汤门”事件，违规添加山梨糖醇（液），虚假宣称其“白汤浓缩液的钙含量是肉类的十倍，牛奶的四倍”；西班牙知名服装品牌ZARA七次登上质量不合格黑榜。

第三类：性命攸关。这类危机事件对消费者有严重危害，立即就会造成客户群的大量流失。但人们心中洋品牌代表高端质量的潜意识始终存在，随着时间的流逝，或者替代品也出现了严重危机事件，或者人们认为这些问题应该已经解决，也会逐渐呈现回流趋势。最典型的例子是不少著名洋品牌的奶粉被检出菌类或重金属超标，或含有异物。这些洋奶粉的主力消费群——中产阶级的女士——立即更换品牌，但各品牌洋奶粉的问题此起彼伏，国内奶粉更被怀疑是以三聚氰胺为原料。因此在各品牌之间转了一圈后，发现没有最差，只有更差，消费者只能无奈地回归。

一部有关词语身世的故事书，一部让你的中文水平迅速提升的书。原来，很多词的古今用法竟然如此不同，让国学行家带领你重返语文的历史现场，一次看完200则词条当初如何诞生，又如何演变成今日的用法，既长见识，又长知识。原来，汉语是活的，是有生命的。看完本书，你再也不会错用、误用和滥用中文了！

这个词，原来是这个意思！

“不名一钱”的“名”是什么意思

“不名一钱”也可以写作“不名一文”，形容极其贫穷，连一枚钱、一文钱都没有。那么，这个成语中的“名”到底是什么意思呢？很多人都说不清楚。

这个成语出自《史记·佞幸列传》中邓通的故事，知道了这个故事，就会明白“不名一钱”是一个多么刻薄的词。

邓通是汉文帝时掌管船舶行驶的小吏，因为行船时必须戴黄帽而被称为“黄头郎”。汉文帝有一次梦见自己上天，背后有黄头郎推了一把，回头一看，只见这位黄头郎衣服的横腰部分，衣带在背后打了结。醒来后到处寻找，发现邓通的衣服跟梦中所见一模一样，邓通就这样得到了汉文帝的宠幸，“于是文帝赏赐通巨万以十数，官至上大夫”。有趣的是，相士为邓通相面，却声称邓通“当贫饿死”，汉文帝很生气，说：“能富通者在我也，何谓贫乎？”于是干脆赐给邓通一座铜山，允许他自己铸钱，号为“邓氏钱”，通行

天下。铸钱必须官铸，邓通竟然可以私铸，其富可想而知。

汉文帝驾崩后，汉景帝即位，不仅免了邓通的官，而且将他的家产尽数没收。汉景帝的姐姐很同情邓通，命人供给他衣食，但邓通的结局仍然是“竟不得名一钱，寄死人家”。司马贞《史记索隐》中解释说：“始天下名‘邓氏钱’，今皆没入，卒竟无一钱之名也。”原来，邓通私铸的钱被全部没收后，再也没有一枚钱可以名为“邓氏钱”了！真是赤裸裸的讽刺！

这就是“不名一钱”的来历。王充在《论衡·骨相》篇中简洁地总结道：“文帝崩，景帝立，通有盗铸钱之罪，景帝考验，通亡，寄死人家，不名一钱。”由不能再取名“邓氏钱”而引申为私人占有，“不名一钱”或“不名一文”因此意为私人不占有一枚钱或一文钱。

“不欺暗室”为何比喻光明磊落

“暗室”乃是自己独处而别人看不见的地方，即使在这样的地方，也绝不