

奢侈品关税调控折射中国品牌之忧

■ 本报记者 陈玮英

商务部日前公开表示,将进一步降低进口关税,包括中高档商品的关税。可是没过几天,财政部明确表态:没有调整奢侈品进口关税的打算。

在人们争论奢侈品进口关税降还是不降的同时不难发现,世界级奢侈品牌的行列中并没有中国品牌的身影。业内人士认为,如何发展中国本土奢侈品牌才是问题关键。

“消费外流”之患

据世界奢侈品协会 2011 年最新报告显示,中国内地 2010 年的奢侈品市场消费总额已经达到 107 亿美元,占全球市场的 1/4,而这—数字并没有涵盖飞机、游艇和豪华汽车。该报告预计中国将在 2012 年超过日本,成为全球第一大奢侈品消费国。

易观国际发布数据显示,2011 年第二季度中国奢侈品网购市场交易规模达到 34.5 亿元,环比增长 19%,预计全年交易额将超过 160 亿元。

就在这一连串数字不断攀升的同时,商务部表示要降低奢侈品进口关税,而财政部则公开提出了反对意见。

上海财经大学公共管理学院教授胡怡建认为,财政部反对降税可能更多的是从保证财政收入、从收入分配角度考虑。而商务部则更多的是从拉动经济,扩大内需角度考虑。

中商流通生产力促进中心分析师李圣军告诉《中国企业报》记者,从消费区域看,奢侈品消费包括境内消费与境外消费,其中境外消费又被称为“消费外流”,而外流的奢侈品消费额并不在我国官方进出口统计范围内,从而抬高了我国的净出口额,加大了人民币的升值压力。

外流消费额没有进入我国国内消费市场,不在我国社会消费品零售总额统计范围之内,影响了官方促进消费的功效。李圣军分析说,因此,从促进国内消费市场就业量、消费额、改善贸易失衡的角度,让外流奢侈品消费回流到国内,对促进国内消费繁荣具有重要作用。

招商证券分析师朱卫华接受《中国企业报》记者采访时说,在降低奢侈品进口关税方面,应该说商务部和财政部是基于不同的经济视角在看问题。他认为,商务部降低奢侈品关税刺激国内消费的方法欠妥。商务部的出发点是,与其民到国外拉动消费,不如降税在国内消费。但是,从经济学角度出发这不能成立,并不是降低了进口关税,销售终端就会自然而然地降低终端零售价格。

“事实上,奢侈品税收负担占零售价比重不高。”李圣军说,奢侈品采用高价格维持高端形象,奢侈品

牌以其独特性获得了较强的市场垄断力等原因,降税不一定导致奢侈品降价,而涨价促销更是奢侈品的营销铁律,降价促销只会导致奢侈品自毁品牌。

目前,我国奢侈品流通存在代理层级过多、运输成本太高、终端乱收费等问题,尤其是百货店、专卖店等零售环节存在收取通道费、扣点等问题,导致奢侈品国内流通成本偏高。李圣军认为,必须采取措施推动奢侈品直营店和免税店的发展,缩短时尚奢侈品的中国上市时间,减少流通环节,降低流通成本。

“中国制造”之忧

就在两部委争议奢侈品进口关税降还是不降的同时,“中国制造”们可能已经开始多了几许担忧。

如今,“中国制造”已越来越多地标注在顶级品牌上,但真正属于中国自己的顶级品牌却少之甚少,

代工依旧是中国制造的主要方式。Prada、Coele-Haan、Camper 等流行的奢侈品牌,均由难以计数的中国工厂为其代工生产。

有消息人士透露,奢侈品牌在国内都有总代理,他们接到订单后,依据不同的款式和其他要求选择不同的工厂,进行不同款式服装的发包。而这些加工好的衣服在我国香港汇集后,被运到意大利、法国或西班牙等时尚集散中心,而后远销各个国家。

浙江盛宏服装有限公司是一家奢侈品牌代工,代工生产过意大利奢侈品牌阿玛尼旗下的 Armani-Jeans、ArmaniExchange 系列。除阿玛尼外,盛宏还为全球十多家顶级奢侈服装品牌代工,其中包括不少消费者耳熟能详、蜚声国际的昂贵礼服和内衣品牌。广东星浩手袋厂的业务之一即是为 Coach、Diesel 等国际奢侈品牌代工。

奢侈品定价高的核心原因是品牌。李圣军说,品牌加价能力在 50%

以上。以达芬奇家具为例,长丰家具有限公司生产的床,辗转到达芬奇家具专卖店,变成国际超级品牌后,售价从 3 万元上涨到 30 万元,充分证明了国际超级品牌的效应。目前,很多国际奢侈品牌都已经在中国建立生产基地,从生产加工技术和工艺水平角度,我国已经具备奢侈品的生产能力,关键是研发设计、品牌塑造等“微笑曲线”两端的能力不足。

清华大学中国文化产业研究中心首席专家曾益欣接受《中国企业报》记者采访时表示,中国发展自己的奢侈品牌需要增大文化含量,并且要从客户角度出发。

对于如何发展中国的奢侈品牌,朱卫华认为,中国有 5000 年的文化底蕴,很多有价值、有文化底蕴的产品完全可以进入奢侈品领域,但却“卖了萝卜白菜的价”。中国产品在文化挖掘、包装、营销、服务等方面都很缺乏,这需要中国企业向欧美企业学习,逐步进入奢侈品领域。

塞上横山:榆林“后花园”

——横山县推进“城乡一体化”、“榆横一体化”纪实

陕西省横山县委、县政府领导在城市建设过程中,围绕“横山城市建设如何定位,走什么样发展道路”的课题,经过充分调研后认为,横山正处榆林能源化工基地“人字形工业走廊”的中心地带,榆横工业园区和西南新区的规划建设,会为横山起跳搭起坚实平台。特别是西南新区将成为榆横一体化发展的切入点。



县长刘维平(左)检查市政工程



县委书记王效力(左)、人大常委会主任刘仲瑜(中)检查滨河公园建设工程

科学规划

“城镇建设与发展亦如逆水行舟‘不进则退,不则则后’,要真正改善群众生活环境,实现横山发展,就要立足改变城镇建设落后面貌……”县委书记王效力、县长刘维平在谈到加快城镇建设时语重心长。

正如横山县委、县政府领导所言,县委、县政府准确把握宏观形势,科学分析县情实际,以高瞻远瞩的眼光,革故鼎新的气魄,提出了横山城乡一体化、榆横一体化发展规划设想,即以榆横一体化为目标,坚持高端规划,高点起步,集中资金,集聚项目,把抓好“一城、一区、一线”三大建设作为推进榆横一体化的重要抓手,努力构建以一城为中心、一区为支撑、一线为带动的榆横一体化发展新框架。

县委、县政府根据一体化战略要求,对县城及建制镇、村庄进行了合理规划。先后投资 380 万元修编了容纳 15 万人的县城总体规划,编制了县城中心区、城北区、城南区的修建性详细规划和县城中心区、休闲广场、文化广场、运动公园专项规划以及长城历史文化景区总体规划纲要。同时,结合社会主义新农村建设,稳步整合乡村基础设施,推动城镇公共服务向农村延伸,加快了波罗等 8 个建制镇规划与 10 个村庄的布局规划,103 个村庄建设规划的编制任务,有效整合了城乡人口、技术、资本、资源等要素。

扩容改造

走近横山县城,建筑工地吊塔林立,幢幢高楼鳞次栉比,条条街道纵横通畅……中心区、影剧院改造,小河流治理,南街广场、滨河防洪堤砌护景观

等市政工程浇开了人们舒心灿烂的笑容。

谈起县城的变化,生活在这里的居民深有感触地说,过去的横山县城街窄巷深,房屋低矮,“脏乱差”现象严重,落后的城市面貌已完全不能适应县域经济发展和能源化工基地建设的需要,极大影响着横山对外形象。

为了顺应民意,加快发展,从 2007 年起,横山县委、县政府便开始了大规模的城市改造,5 年来,横山共完成投资 7.5 亿元,县城扩容量 4 平方公里,新增建筑面积 50 万平方米,硬化城市道路 23 公里,在县城形成了“四纵九横”的道路交通格局,县城形象和品位得到明显改观,居民幸福指数逐步提升。

横山县滨河公园同样是县城一道靓丽的风景线。南起财政局下巷大桥,北至阳光小区北侧杨市沟口,绵延 1671 米,占地 102 亩,投资 6548 万元,是一座集防洪保安、美化净化、品位文化、休闲娱乐为一体的综合性工程,被人们喻为县城的“绿肺”。

曾几何时,这里垃圾堆山,污水横流,蚊蝇纷飞,臭气熏天,是县城环境最差、最乱且最难根治的地方,严重影响着城市品位和滨河环境安全。于是,横山县委、县政府顺应城市规划建设需要和市民们的强烈愿望,在财政极度困难的情况下毅然启动了滨河公园建设项目。

滨河公园建设项目是全长 5.901 公里滨河堤砌护工程的最核心一段,包括一期砌护工程和二期景观工程两部分。一期工程按 30 年一遇防洪标准设计,河床断面采用浆砌石双向堤复式和直墙断面,河堤底宽 45 米,上口宽 55 米至 65 米,墙体平均高 6 米,顶宽 0.6 米,两侧各留 5 米宽的抢险通道,完成投资 1800 万元。

二期工程基础设施及附属设施完善,完成投资 4748 万元。公园形似仙女飘带,按其功能大致分为三个部分:赏景休息区内 24 种名贵植物旺盛生长,3 处亭廊阁榭古朴典雅,造型各异的座椅、景观灯、草坪音响和垃圾回收桶掩映其间,看上一棵树、一丛花、一片草、一枝枝、一簇簇的花草树木,层层叠叠、相互依偎、错落有致,如诗如画、绚丽多彩,是多么的沁人心脾;文体娱乐区内十多个大小广场交相呼应,市民们在清香四溢的气息里敲起腰鼓,扭起秧歌,打起太极拳,跳起了现代舞,穿梭其间的小朋友穿着旱冰鞋,留下了欢快稚嫩

的笑声。日落幕临,大型广场电视前一排排喷泉踏着音乐的节奏在霓虹灯光的映衬下喷出了形形色色的水柱,无不令人赏心悦目;民俗文化区内一座高 2 米的文化观光台,清幽雅致,动静相宜,横山游击队、横山起义的红色革命史,3 个栩栩如生的铜像忘情地演绎着横山腰鼓、横山说书和横山吹笙的民间艺术。沿宽阔石阶而下,即至芦河边,1671 米长的文化长廊分成多个单元,用精致的雕刻艺术展现了名家书法、横山风流人物、横山民歌、横山剪纸、横山小吃、横山谚语等集草原文化、黄土文化、农耕文化和红色文化于一体的民俗文化艺术。

横山城市建设正在悄然中“蝶变”,展翅飞向新的高度。2010 年以来,横山县委、县政府顺应新的发展形势,大力推进“一城、一线、一区”三大建设。狠抓“一城”,即县城改造。2011 年计划投资 3 亿元,在全力抓好中心区、影剧院改造等市政工程的基础上,启动实施滨河二期延伸砌护工程,开通硬化怀远东路、育才东路、能源西路等路段,全面铺开环城路改造以及主街道拓宽、排污、电缆管网铺设工程,新改造旱厕 20 个,新建公厕 4 个;启动“一线”,即横马大道。横马大道指横山县城至马扎梁一级公路,全长 32.067 公里,总投资 16.6 亿元,是带动横山发展、打造百里工业带的重要载体。目前,正加紧进行土地征收、附着物迁移、手续报批及招投标等工作,年内要完成前 10 公里路基和桥梁主体工程。同时,积极配合抓好 S204 横山段改造工程,即将进入施工图评审阶段;突出“一区”,即在榆横工业园区内由横山县自主实施的“三区一园”的统称。“一区”是未来榆林城市发展和产业集聚的主要承载地。2006 年以来,横山县累计投入西南新区、三产园区基础设施建设资金 30 多亿元,建成道路 45 条、铁路专线 31 公里、输水管道 30 公里。今年再计划投入 18 亿元,进一步完善两区道路、管网等基础设施建设。目前,西南新区市政道路及管网建设的手续审批、专项设计、规划评审等前期工作以及招投标工作均已完成;三产园区项目用地总体规划设计评审工作已完成,道路管网已进入招投标程序,公园项目正在实施土方工程。

建管并重

城市的建设与管理,不仅是形象

问题,更是新的生产力。横山县委、县政府始终坚持建管并重的工作原则,在开展创建省级卫生文明城市活动中,着力建立和完善领导、部门、个体户“三位一体”的监管体系,重点加大对乱摆摊位、占道经营、随意停车等行为的打击力度,采取党政共管、舆论监督、长抓不懈、明察暗访、全民参与、群众评议等办法,集中精力打好宣传教育、市容环境综合治理、市政基础设施建设三个攻坚战,全力促进城市管理水平迈上新台阶。

垃圾填埋场、污水处理厂建成使用。垃圾填埋场日处理能力 89 吨,今年上半年共填埋垃圾 4.93 万吨,城区垃圾做到了日产日清;污水处理厂日处理能力 5000 吨,服务范围 19.79 平方公里,经处理后的污水各项指标均达到要求,可直接排入芦河,目前运行良好。

2010 年,横山县西南新区“双创”工作顺利通过省验收,累计清运垃圾 3000 多吨,规范广告牌匾 47 块,纠正占道经营 38 户,清理野广告 2400 多条,维修公厕 3 座,新增绿化面积 5.6 万平方米,补修施工墙 1480 米,粉刷墙体 4100 多米,投入创建资金 73 万余元。

横山县城创卫工作也迈出了可喜的一步。创卫工作开展以来,设置实体宣传墙 1.8 万平方米,规范广告牌匾 810 块,绿化城市面积 1 万多平方米,硬化面积 4.5 万平方米,新建公厕 22 个,安装路灯 400 多盏,实现了城市生活垃圾日产日清,主要街道全天保洁目标,辖区内清扫保洁率达 90% 以上。

在“一城、一线、一区”三大建设的有力推动下,榆横一体化发展战略的宏伟蓝图正在徐徐展开,一个崭新的怀远名都正在塞北大地上悄然崛起。



昔日“龙须沟”成为市民休闲娱乐的好去处

快评



关税调控治标不治本

■ 何芳

奢侈品关税之争,久悬未果。业内专业人士表示,关税或降或增,都不是解决我国奢侈品市场消费力井喷并外溢的根本,培育民族品牌,培养健康的消费观念和民族品牌自豪感,才有助于我国经济结构的调整以及扭转内外需平衡。

关税调控最终是增是降且不说,无论增降都不是促进我国经济结构内外需平衡的根本。

降税和降价是一个不等式。由于降税并不能直接反映为零售价的降低,因此,依靠关税下降来缩减奢侈品国内价格差的公式也不成立,内外高低的价格差局面也就很难得到实质改善。价差存在,若不能从根本上转变消费观念,跨境消费现状依然不会改观;另一方面,降低关税,也为境外奢侈品品牌畅游国内开启绿灯,高度开放势必导致竞争泛滥,随着外资品牌的不断流入,一方面可能对我国正在培育阶段的本土品牌造成致命冲击,但也有可能刺激其逆境生长。

筑高关税门槛,出发点是保护本土企业、本土品牌,但增加的税负最终会传导在奢侈品终端售价上,这样内外高低价差会更加明显,刚性的购买需求必将推动国内消费群体涌向境外市场。另外,高度封锁也不利于促进国内企业竞争,没有竞争的刺激很难发展。

关税调控只是一种手段,培育民族品牌和培养健康的消费观念以及高度的民族品牌自豪感才有助于调整我国经济结构以及扭转内外需平衡。

中国是世界奢侈品的消费大国,同时也是生产大国。很多国际知名奢侈品牌都是由中国代工生产,然而中国却没有自己的国际知名奢侈品牌。问题在哪?“问题在中国企业过度追求数量而不求质量。”意大利驻华大使馆贸易促进专员赖世平说,症结在于中国企业喜欢以数量计算来评定市场贡献度,这样很容易造成企业在打造品牌上做得不够。

中国人均 GDP 已达到 4000 美元,已从中等收入国家摇身变成中上等收入国家。“到了人均 GDP4000 美元这样的阶段,大额消费品已从小众消费群体快速地向大众消费群体扩散。”中国人民大学中国改革与发展研究院教授宋立表示。随着人均收入增长,消费需求升级是一种必然,每个人都有追求高品质生活的愿望,国内强劲的刚性消费需求急需释放,若想“肥水”不外流,加速培育中国本土的国际知名奢侈品牌,从小引导教育青少年儿童不要崇洋媚外,不攀比不崇拜,拥护民族品牌,合理适度的健康消费伦理观才是长远之策。

政府不应只在税收调控上,还应加大力度对致力打造国际品牌的本土企业给予宽松的政策扶持以及资金支持,多打造一批像海尔、联想等具有国际竞争力的民族品牌,自然就能削减国人过度崇尚境外奢侈品消费的热情,把购买力留在国内消费。

海淀工商分局推进商场超市自律



王利博制图

引导和鼓励辖区商场超市建立食品质量监督员机制,有效实现企业自律,强化全环节管理:一是收货环节严格三方签收,定期自查。对符合允收期规定的食品须由进货员、监督员、供货方三方共同签收,监督员定期自查食品进货台账等相关记录。二是存储环节实行分架存放,先进先出。由监督员督促做好进货期、保质期的标记,在库房分架码放,以先进先出为原则,适当合理搭配。三是销售环节强化信息透明、公示到位。由监督员负责,及时移送临近保质期的食品到临保销售专区。四是销毁环节确保资料留存、随时备查。对执行销毁或无害化处理的食品由监督员在场进行监督和记录,超市、供货方双方确认,并由监督员切实监督做好视听资料的留存和保管,方便政府监管部门随时调阅。

北京市工商局海淀分局
助力企业发展专题报道 13