

# 追逐洋品牌不等于“高端大气上档次”

## ——反思“身边的怪现象”之一

一味追逐洋品牌,以此来表现自己对高端生活的追求,表达自己不落人后的消费水准,这其实恰恰暴露了内心的不自信。

### □纵横谈

本报评论员 娄士强

“十一”期间,有游客在美国一家星巴克发现,同样产品的价格要比国内便宜许多。据媒体报道,星巴克中国高价的背后,是高额的营业利润率,远超美国,甚至是欧洲等地区的16倍以上。

随着越来越多的中国人走出国门,洋品牌在价格上给中国消费者的特殊“待遇”已经不是秘密了。值得深思的是,那些收入水平并不高,却支撑着洋品牌高利润率的中国消费者,到底从洋品牌身上获得了什么?

其实,星巴克只是洋品牌在中国生存状态的一个缩影,诸如食品中的哈根达斯、服装类的GAP等,在其诞生地都是平民商品,到了中国却成了高端优雅的象征。不过,即便明知道洋品牌在价格上“优待”中国人,还是有消费者买账,坐在星巴克点一杯拿铁,还不忘拍张照片发到“朋友圈”。在不少人眼里,洋品牌就意味着“高端大气上档次”,有点洋味道的商品,给人的感觉总是要高级一些,谈论起来也要拿腔拿调。甚至还有一些人,把某个品牌是否在一座城市开店,当成了评判这座城市层次高低的标准。

为了迎合消费者的心理,一些国内品牌也对洋名字趋之若鹜。小

到服装、食品,大到家装、建材,单看名称已经很难辨别一些商品的真实产地,就连城市里“土生土长”的小区楼盘,也常常冠以“加州”、“巴黎”、“普罗旺斯”等欧美地名。环顾身边的各种生活用品,有一些只在国内销售,上面也印上了密密麻麻的洋文。这种国内商品名称上的“国际化”,与部分消费者对洋名称的青睐相互推动,使得人们对洋名称的包围习以为常了。

不可否认,一些洋品牌确实具备较高的品质,但在国际化程度如此之高的今天,它们在收入水平不高的中国还能取得远超其他市场的高利润率,确实反映了一些中国消费者消费心理上的特质:我们似乎

更愿意通过洋品牌来表现自己对高端生活的追求,表达自己不落人后的消费水准,也愿意为了这种心理上的满足感支付更多的钱。这其实正是不自信的表现——需要借助洋品牌的“力量”才能证明自己“上档次”。一些原本平民化的洋品牌在进入中国时,往往选择地租较高的商业场所,宣传时更注重概念营销,恰恰契合了人们的这种心理。

按理说,消费者最看重的应是商品本身的质量以及商品是否物有所值,名称是否“洋气”、品牌来自哪里,不该成为决定性因素。正因如此,洋品牌的超高利润率以及洋名称的异常“火爆”,应当引起人们的反思。

### □一语中的

“纸”贵的粗暴逻辑背后,是“权”贵的傲慢在作祟。

在部分政府机构服务窗口,复印照相都比外面贵。《人民日报》批评称,擎着“人民公仆”的大旗,却放任铜臭四溢,这让政府机关的廉洁和公信严重受损。

读书的人少、参观的人多,绝非作家和文学之幸。

有媒体报道,当前“莫言热”呈现两种走向:书籍热度下降,旧居参观热依旧。评论人李思辉对此表示担忧。他认为,纯文学作品市场热度变化实属正常,不正常的是些人刻意把莫言运作成一个商业品牌的功利心态。

随着全球化程度的加深,无论是否真正涉及跨国业务,各用

人单位都以是否有国外高校文凭作为取才标准。

中国与全球化研究中心日前发出警告说,中国已成为“野鸡大学”的最大受害国。而“野鸡大学”在国内之所以有巨大的市场,首要原因是“学历不能承受之重”,其次便是用人标准扭曲。

12年的中小学教育把人修理得已没有了想象力和创造力,只是一个考试机器。

在日前举行的广州教育大讲坛上,北大教授郑也夫感慨,由于教育的原因,在中国上过12年中小学的人,即使进入哈佛、耶鲁等世界名校也不会获诺贝尔奖。

■本版投稿信箱:  
qilupinglun@sina.com

## 房地产调控的失效说明了什么

### □媒体视点

接连几个月,中国几乎所有一线城市和部分二线城市的房地产价格显然已经挣脱了政府调控的缰绳。

中国的市场虽发育30余载,但成熟度并不高。然而,即便如此,政府的角色转换也并没有到位。直到当下,中国的经济发展仍然是政府主导型,仍然是以政府说了算的投资为主要拉动力量,市场发育停滞在“市场之手”短小、“市长之手”粗大的阶段。因此,作为一体两面的另一面,每当发展有问题、增长有障碍、市场有波折时,政府总要习惯性地伸出大手来作用一番。

当然,即使是在成熟的市场上,“市长之手”仍有作用的必要,问题

是“市长之手”作用于市场的空间有多大、以什么方式作用于市场。当前中国房地产市场价格毫无疑问处在畸高状态,也许正是依据常识,中央政府才出手想要勒住房地产价格的缰绳。但是,在市场上,政府的强硬手段只能作用于一时,而断不会持续于长久。勒住缰绳所应得的喘息之机,只是为下一步的结构性调整赢得缓冲的时间。

这里所谓调结构,就是放开垄断,把其他赚钱的领域向所有资本开放,让那些不得不集中在房地产领域中的逐利资本分散至其他行业领域。而放开垄断,就要打破现有的利益格局,破拆那些与垄断配套的利益输送渠道。如果在这方面无所事事,那么,结果就必然是房地产市场调控政策效力的递减乃至失败。

(摘自《光明日报》,作者吴纶卿)

恒 大 集 团 香 港 联 合 交 易 所 上 市 股 票 代 码: 3333

恒大帝景  
Evergrande Royalgarden  
黄金周销售火爆 循众再次加推

# 重阳特惠5套

220—320m<sup>2</sup>湖景豪宅 前10名享89折 送3000元/m<sup>2</sup>豪装

3.5米层高实体样板间 演绎豪宅轩阔尺度

享超长无息  
分期付款

恒大集团  
EVERGRANDE GROUP

贵宾专线  
0531+58771777

项目地址:济南市文化东路与山大路交叉口  
投资商:恒大集团 / 整合推广:达文东方

本广告相关内容,图片是对项目所作的示意表现,仅供参考。最终以政府有关部门批准的文件、图则为准。内文对项目周围道路规划、环境、交通、公共设施、各种产品及文字介绍,旨在提供相关信息,不意味着本公司对此作出了任何承诺。买卖双方的权利义务以双方签订的《商品房买卖合同》为准。