

温州都市报 · 财富情报

CaiFu QingBao
Wenzhai

文摘

稿件推荐邮箱:cfqbwx@163.com 新闻热线:028-68230696

责编:杜高孝 编辑:兰扬 版式:吉学莉 校对:金良

第 142 期 总第 7187 期 2012 年 3 月 17 日 星期六 壬辰年 二月二十五

外企“白骨精” 欲圆海外移民梦 [详见 A2 版]	黄怒波: 折戟冰岛 换来北欧三国争抢 [详见 C1 版]	证监会投保局:倡导投资蓝筹股 培育价值投资理念 [详见 C3 版]	担保公司异军突起 [详见 B1 版]	初创互联网公司 如何冲破腾讯帝国重围 [详见 B3 版]
理财手段高明 de 女明星们 [详见 A4 版]	二手车行老板跑路 卷走资金达 6 亿 [详见 C2 版]	宏观税负约为 GDP35% 委员建议大幅度大范围减税 [详见 C4 版]	“长鼻子”标准将取消 校车产业前景看好 [详见 B2 版]	永正裁缝店的生意经: 像德国人那样做生意 [详见 B4 版]

时装周战场 明星品牌媒体的共同利益场

导语:2012 秋冬巴黎时装周已经落幕,除了最新的设计,众多华人女星的参与成了最大的话题。无论媒体、明星,还是品牌,都因此得到不同程度的关注。

是为了彰显财力么?我们要知道,拥有庞大而年轻的新兴消费群体,是中国奢侈品市场的重要特征,这个群体的年龄已远远低于西方国家的奢侈品消费者,甚至也低于同处亚洲的邻国——日本。

2010 年中国消费者的奢侈品消费总额约为 2120 亿元人民币,而 2011 年总体增幅约在 25%至 30%之间,抢滩中国市场,无疑就是抢滩可以预见的源源财富,大费周章邀请明星和媒体,正是对中国市场愈加重视的侧证。

中国市场的庞大与惊人的消费力早已让经济萧条的欧洲领略过,无论媒体的热捧,还是明星们的话题需求,在逆境中用最大的限度博得经济效益对于靠销售数字说话的品牌而言,都无比重要。时装周已经不仅仅是新品发布的平台,在市场中还扮演着举足轻重的角色。明星、媒体、品牌,都成了共同的缔造者。

(摘自《凤凰网》)

时装迷与酱油客每天都有无数新鲜话题吸收,时装精忙着评头论足,毒舌褒贬,围观者则看起热闹。无论时尚圈还是娱乐圈都需要话题,炒作与否姑且不论,有曝光就达到了宣传的目的,这在时装周上,对于品牌和明星而言都是最好的机会。

不懂行的人会讨论,明星扎堆

谁美谁逊,懂行的则会看到看秀背后的进一步动作。俗话说,每一个女明星背后,都有一个带她去巴黎的团队,或改成都有一个带她去巴黎的品牌,同样受用。各家品牌不惜成本,千里请神难道仅



顶级品牌战场 扩至二三线城市

第四届顶级品牌高峰论坛日前在中欧国际工商学院上海校园成功举办。本次论坛的主题为“中国——顶级品牌的必争之地”,吸引了 300 余名时尚行业精英和 80 余家中外媒体到场参加,来自手表、汽车、服装等多个领域的国际顶尖品牌的高层、中国本土品牌的创始人,及该行业资深学者的高端对话。

在全球财富流向日益向东方倾斜的大背景下,顶级品牌在中国未来的发展方向、“中国制造”品牌的重塑与革新、产业的投资与并购及新媒体营销的传播利用等都成为了本次论坛讨论的热点话题。万国、名仕及豪爵品牌首席执行官 GeorgesKern、贝恩公司合伙人 BrunoLannes、胡润百富董事长兼首席研究员胡润(RupertHoogewerf)等分别作了主题演讲。

GeorgesKern 表示,一个成功的品牌需要满足人们对梦想、对情感的需求。强有力的产品,需要通过完美契合的背景故事、可靠的合作伙伴关系、合适的营销方式来引发人们的情感共鸣和品牌忠诚。而成功营销的动人之处,在于创意和执行。而 BrunoLannes 则认为,中国二、三线城市将是中国未来的重要战场。顶级品牌在中国的成功,依靠于内生性增长(门店扩张)、数字营销、提供优质的服务、人才培养和社交媒体的运用。

胡润从《胡润百富》研究中国富豪的专业角度出发,剖析了中国富豪生活方式的演变历程。他表示,中国富豪正在引领由富及贵的格调转变,并从喜欢的运动、休闲方式、偏爱的旅游度假胜地、投资及收藏等排名得以印证。

(摘自《新闻晨报》王巍/文)

西部首选

雄厚资金寻优质项目,免抵押,可风险投资,手续简捷,个人、企业项目不限、地域不限。

电 话:028-68000128

曾几何时,能坐上巴黎秀场的宾客坐席对华人明星来说是莫大的荣幸,只有 ICON 到如曼玉巩俐级别才能受到品牌礼待,看秀是轻松惬意的娱乐。但自打范冰冰风光巴黎秀之后,越来越多国产明星悟道,与其在片场通宵达旦,不如在长途机上颠簸失眠,不管是纽约东区,还是巴黎香街,一当落地他国,便开始无休止地换装拍照,或拉拢设计师亲密合影,于是看秀升华到作秀的新境界。今年的巴黎,华人女明星组团式造访,比起占领华尔街的声势也过之而无不及。各路女星纷纷亮相时装周也从侧面反映了中国市场的巨大潜力,在世界经济动荡的大环境中,中国庞大的购买力让奢侈品牌尝到甜头。明星是最好的话题来源,用名人效应带动关注,品牌和明星的双赢显而易见,博得的版面

也不是拍拍电视剧电影能比的,因此乐此不疲征战时装周也就可以理解了。

另一边,越来越多媒体也受邀去到现场参与发布,世界上本没有炒作,但去的人多了,炒作也就诞生了。女星与媒体一唱一和下,国内的

房地产拉动经济是误导

温家宝总理 2012 年第一次在政府工作报告当中提到要“促使住房价格合理回归”。去年政府工作报告说是抑制房价过快上涨,今年是说要合理回归,这是一次很大的转变。

为什么说“合理回归”?就是因为导致房价不合理的因素还在。房价不合理的因素在哪里?货币仍然严重超发、通胀依旧高位、利率仍然为负、地方政府对土地财政依赖症仍在、国际热钱仍蠢蠢欲动,等等。还有一个关键因素是,中国老百姓绝大多数到现在还没有经受真正的房产投资风险教育,依然固执地认为房价永远只涨不跌,政府在房地产上有巨大利益,政府是绝不会让房价跌的,于是老百姓只要有机会就优先投资房产的信念根深蒂固。这是非常危险的。

这时候政府一旦稍微放松调控,马上房价就会重新走向疯狂,这对市场对经济对社会都会有很大的冲击,政府信誉扫地,今后政策再无可执行力和效果可言。所以当前坚持房地产调控是必需的。

但每当房地产调控到关键时,就不断有人发出放松调控的呼声。在台面上最拿得出手的理由无非就是,房地产调控会导致房地产投资下滑,从而影响经济增长。总有那么

一些在房地产投资上有深度切身利益的人士,是十分不耐心的,不甘心自己的资产价值受一点损失,哪怕损失是暂时的。他们说,房地产对国民经济的影响那么重要,相关产业链那么长,政府真的可以接受房地产投资下滑对经济的负面影响吗?我们说,我们看到中央政府已经表示可以舍弃一点经济增长,因为今年提出的是 GDP 增速为 7.5%,为多年来最低。

这些年来很多人一直在说房地产投资带动经济,房地产是国民经济支柱产业,是经济增长的火车头。不错,房地产投资确对经济有拉动作用,但是这只是一个表象,“房地产拉动经济论”一说有很大一个误区。

从经济学上来说,如果两个东西,A 和 B,被证明是互为因果的,那就意味着 A 和 B 都不能单独发动对方,需要一个外力作用来推动 A 和 B 的互动。这有点抽象。怎么去理解?打个比方,就像你踩自行车,你的前后轮互相在动,他们同时在作用对方,你能说到底是前轮带动后轮,还是后轮带动前轮?你可以说它们同时在带动对方,但实质上它们都没有带动对方,它们需要一个外力推动才能跑起来。哪里来的外力?那就是你的脚。你的脚的踩踏,才可以使自行车

向前走。你的脚一旦停下来,自行车也就停下来了,不会两个轮胎自己发力向前走。

那么在房地产投资和 GDP 这对车轮中,这个外力就是经济基本面。具体而言,就是城市化、个人创造性和企业活力的增长、在更好的制度下更多要素投入被动员起来,或同样的要素被更有效率地进行投入和配置。

再次强调,房地产投资不是盲目和孤立的,必须要有潜在需求为前提。为什么日本不能以房地产拉动经济?它不想么?它非常想,想得不得了,但做不到。因为城市化终结了,老龄化早已经来了,经济成长预期是负的,所以没有人愿意去日本投资房地产。现在美国也非常想刺激房地产拉动经济,但是也做不到。因为基本面不存在这样的条件。我国中西部很多城市的政府也想靠房地产投资去拉动经济,几乎没有哪个政府不想,非洲国家也想,但这个经济不是你想拉就能拉动起来,房地产的火车头不是想开就能起来的。投资者不傻,要花真金白银,没有经济基本面利好信号,没有看得见的潜在需求,不会有人去投资的。

我们需要从这个角度理解房地产对国民经济的作用。不是说房地产

不重要。房地产很重要,如果后轮胎破了一个洞,前轮胎也转不了,整个经济会受到很大影响甚至停滞。当然,房地产本身只是经济的一个组成部分,不可能达到能与 GDP 一比一相匹配的地步,不过你可以想象一辆多轮自行车就好了。房地产投资与非房地产投资、金融、外贸等都是经济增长这辆大车的轮子。1998 年房改前就是这样的局面。一辆多轮自行车废了一个车轮,还要其他轮子给这个轮子带力,当然整体的车速快不起来。反过来说,如果多轮自行车全速启动后,有一个轮胎自我膨胀,与前轮的前进速度不协调,又超出骑车者脚力的控制范围,那么这辆多轮自行车肯定也骑不好,会翻车。所以,房地产投资对经济增长的拉动作用,一定是在一个平衡关系范畴之内才有效,超过内在的平衡关系,只能成为经济增长的负担。

政府当然需要房地产和经济增长相互配合,但前提是保持一个协调关系,从来不能指望房地产能单独地起决定性的作用。所以中央政府这次保持了清醒头脑,不被一部分利益集团蛊惑,不为短期 GDP 而纵容房地产泡沫、饮鸩止渴,坚持房地产调控不动摇,这是十分明智的。

(摘自《东方早报》陈杰/文)

► 本期财论 | Benqicailun

结构性减税 不可跑偏

本次两会上,减税的呼声又起。国务院总理温家宝在政府工作报告中已明确提出,把“实施结构性减税”作为今年的工作重点之一。财政部部长谢旭人表示,积极财政政策的一个重点,就是进一步完善结构性减税政策,减轻企业和居民的负担。确实,无论从我国财政收入的规模及增速,经济增长的需要,纾解民困,及实际宏观税负来看,现在都到了大规模减税的时机了。

我国关于的结构性减税问题的讨论是在 2002 年出现的。当时讨论这一政策的背景,是我国刚刚经历了一轮经济通缩,因而,亟须通过“有增有减,以减为主”的结构性税制调整来启动经济增长。从那以后,结合宏观经济调控与社会发展,我国已采取了一系列结构性减税措施,如企业所得税两税并轨、增值税转型、停征利息税、降低股市交易印花税、提高个人所得税中工薪收入“起征点”及改进税率设计,提高小微企业增值税和营业税“起征点”等。应该说,这些减税措施对促进经济发展,提升民众福利,产生了积极作用。

对于今年的结构性减税,从谢旭人部长的回答来看,主要是沿用去年以来采取的一些做法,包括进一步落实好新的个人所得税法,对小型微型企业进一步实施所得税减半征收的优惠政策;大力推进营业税改征增值税的试点,对 730 多种进口商品实施比较低的暂定税率,进一步落实减免蔬菜等一部分农产品在流通环节的增值税,以及进一步清理取消一部分涉及企业的行政事业性收费等。这一系列的结构性减税措施,如果执行到位,应有利于进一步减轻企业和居民的负担,促进消费,同时也利于促进经济结构调整。

不过,可能与国家的减税初衷相反,多数企业与居民尤其是小微企业似乎并未切实感受到企业税负的减轻,甚至有所加重。例如,《中国企业家》的最新调查显示,高达 63%的被调查企业认为自身的税负较重,九成被调查企业认为结构性减税不到位。

因此,从进一步推进经济转轨、社会转型和民富的客观需要出发,结构性减税仍有加大力度、扩大减税范围的明显必要,真正做到让利于企、让利于民,让企业和个人得到减税的实惠和效果。

以此观之,未来的结构性减税应围绕增值税扩围改革、对中小企业减税和减少间接税三块内容进行,同时辅以一个“综合与分类相结合”的改革试点。

增值税的改革是近年来中国税制改革的一出重头戏。从上海营改增的试点情况看,效果不错,今后有继续扩大试点范围之必要。至于降低中小企业的税负,其意义自然更不待言,在目前中小企业所享有的税收优惠的基础上,应放宽对享受所得税优惠税率的小型微利企业的标准限制,降低小型微利企业所得税征收标准。

特别一提的是,目前我国 70%左右的税收来源于增值税、营业税、消费税等间接税,而所得税、财产税、遗产税等直接税比重明显偏低,此种税制结构与多数国家正好相反。间接税的特点是在消费品里面含税,间接税过重,就决定了税负实际上成为大众的负担,易引发公众的税收痛苦感受,以及再分配机制滞后于社会发展的负面效应,因此,整个税制改革的方向应该是增加直接税,减少间接税。

可见,未来的结构性减税,其政策侧重点要放在低收入者、小微企业、实体经济上。

(摘自《东方早报》邓聿文/文)