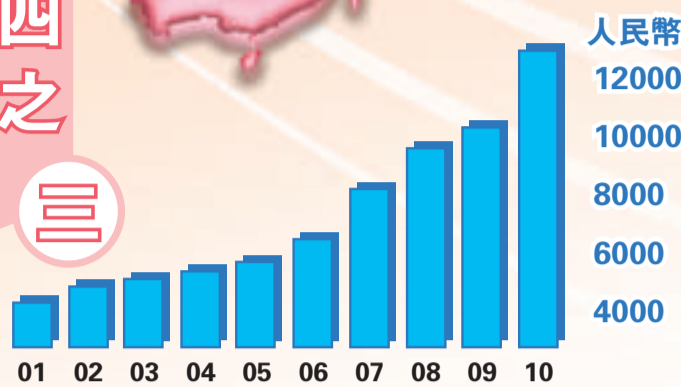




四之三



十年城鄉居民人均收入變化

中國白領的「入世跳槽經」

官方數據稱，截至去年底，中國共批准設立外商投資企業 71.0747 萬家，實際使用外資金額 11078.58 億美元。得益於中國入世後所帶來的關稅降低，進口配額、許可證、招標商品的取消，越來越多的外企開始擴大其在華業務，外企不僅帶來了先進的技術、設備及管理經驗，同時亦在內地大量招兵買馬，讓越來越多中國人加入到外企白領的行列。

作為眾多外企白領中的一員，在全球 500 強德資企業當會計的胡小姐說，人才也是商品，若沒有入世，「我恐怕像父輩一樣一輩子在一個地方工作」。2002 年從上海大學畢業後，胡小姐順從地被父親安排到某國企當財務，儘管生活安逸，但始終感覺缺點什麼。「在老單位做了三年後，我通過智聯招聘找到了一分外企財務崗位，工作中我發現原來外企牛人眾多，這激勵我不斷充電。」胡小姐坦言，在獲得了 ACCA、ICPA 等證書後，她又再度跳槽，薪水也突破了萬元大關，「剛畢業時，別說萬元，就算 5000 元我也不敢奢望」。

相對胡小姐，今年剛退休的徐先生則屬於「老資格」的外企白領。徐先生稱，他之前在上海某罐裝企業工作，中國入世後各種洋品牌紛紛來滬投資，而他憑自己的「真材實料」得以入職，退休前他服務於某美國知名飲料企業在滬灌裝生產公司。

徐先生表示，作為中國入世的受益者，撇開工作、薪水，這些年其生活品質亦得到極大改善，「我家的家用電器全是松下的，3 部 2 匹的空調、1 台雙門冰箱、1 台全自動洗衣機、2 台 40 吋液晶電視，這些加起來還不足 2.5 萬元，放在 1998 年索尼 29 吋彩電就要 7000 多」。徐先生感嘆，入世後許多電子產品製造商也會選擇在滬發布最新技術或產品，「像 iPad 電腦，美國剛上市，上海沒多少日子也開始銷售」。



▲入世十年，一些西洋人的節日亦受到了民衆的追捧 本報攝

入世十年中國消費之最



消費起革命 國人形象大變



▽入世後，越來越多的海外汽車品牌進入中國市場，並且售價也越來越便宜。圖為 2011 年上海車展，海外汽車品牌展示新款汽車 本報攝

十年前，上海的白領階層如果擁有一輛中外合資的大眾桑塔納私家車，已足以引起身邊同事發出「這是德國貨」的感嘆。今天，只有在上海外灘走一走，你就會發現馬路上行駛着大量來自德國原廠的最新級別的寶馬、奔馳（港譯名平治）新車。這種現象多少反映了中國入世十年以來掀起的消費革命，全球各種品牌雨後春筍般湧入中國，正改變着中國人的消費習慣。

本報記者 倪巍晨

有海外教育背景的小章家境不俗，他的別墅內泊着多輛豪華車，這些車都是他十年來陸續購置的。「2000 年時，上海豪華車並不多，即使看到寶馬、奔馳，也都是外國的過氣型號。」

「現在進口車選擇餘地則越來越多，紐約剛推出某款新車，上海沒幾日便能預訂。」小章說，「如果不入世，我現在的生活品質肯定會大打折扣」。「十年」在歷史長河中僅是小小的漣漪，十年前，當國人尚在權衡入世利弊的時候，他們一定想不到十年後的今天，中國會從世貿家族的參與者變成推動者。

對於入世後的各種變化，普羅大眾或許不能像專家那樣逐一詳說，但他們卻切身感受到了生活周遭的種種變化，從最新潮的蘋果系列電子產品，到時尚一族口中頻繁出現的 Gucci、LV，再到內地富豪們鍾情的各類豪華車、進口紅酒……民衆在衣食行方面的生活態度，也隨着入世而悄然變遷。

富二代眼中的「汽車入世」

從敞篷「寶馬」，到逾百萬的「奔馳」，再到八十多萬的「英菲尼迪」，與其他富二代一樣，這些車都是小章十年來陸續購置的。

小章坦言，2000 年買的「寶馬 3 系敞篷轎跑」是他的首輛豪華車，當年花了近百萬元，現在就算同新款新車也僅需 70 萬左右。「十年前新款豪華車僅停留在廣告上，但現在只要想得到就能在上海買到。」他說：「十年前進口車不僅關稅高企，而且還有配額限制，上世紀九十年代中期，我爸買的「奧迪 A100」花了 60 多萬，如今同樣的錢買 A8 都可以，我計劃 30 歲生日時再添置一輛「蘭博基尼」（港譯名林寶堅尼）」。

小章或許是中國私家車十年發展沿革中的非典型性案例，但入世的確越來越多的品牌車進入中國，並且價格也越來越便宜。得益於此，曾經遙不可及的私家車，已成為民衆

生活中最尋常的交通工具。事實上，中國汽車關稅從十年前的 180%，降至目前的平均 13.4%，中國從 2005 年起取消了汽車進口配額；而汽車年產銷規模亦從 2000 年的 200 萬輛，飆升至去年的 1800 萬輛，並在今年九月末達到 1363 萬輛。截至目前，內地有十餘城市的私車保有量逾百萬，全國私車擁有量高達 7206 萬輛，佔中國汽車保有總量的 73.2%。

入世後奢侈品成大贏家

較之男性鍾情的豪華車，女性則更青睞時尚產品。2005 年 9 月，浙江女孩 Yvonne 買到了她人生第一本真正與國際潮流同步的刊物《VOGUE》中文版創刊號，她說，正因為《VOGUE》，她才明白「我當年的打扮有多土」。2006 年 Yvonne 遠渡英倫 Durham University 求學，在英國她看到曾經僅在書上看過的奢侈品品牌。

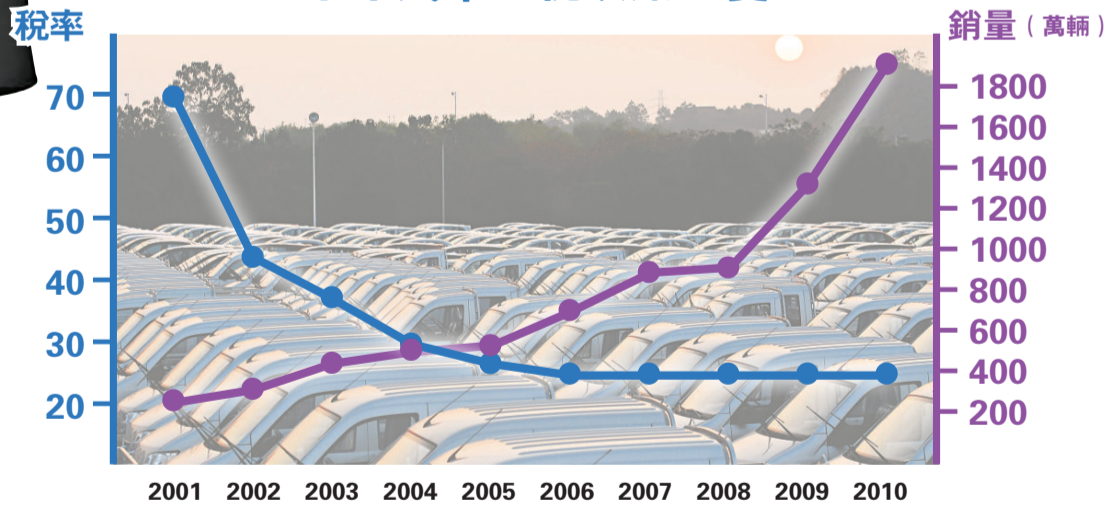
萬寶龍、愛馬仕、Gucci、LV、Prada、Burberry……2004 年 12 月 11 日，中國零售業入世過渡期正式結束，奢侈品開始在內地攻城略地。短短的幾年時間，中國人對各種英文品牌不甚了解，到如今的趨之若鶩，奢侈品所承載的早已超越了物質的範疇。與 Yvonne 一樣關注奢侈品和國際時尚的還有上海人老黃，如果說 Yvonne 鍾情奢侈品是出於愛美的天性，那被坊間時尚攝影圈喻為「老法師」的老黃，則更多地是因為工作的關係。作為內地首份時裝類報刊的創刊元老，老黃說，如今的內地時尚圈和十年前簡直是雲泥之別，洋品牌來後也帶動了中國品牌的發展。

中國社科院《2011 英文版商業藍皮書》預測，2015 年前中國或成為全球最大的奢侈品市場。無獨有偶，國際知名諮詢機構貝恩顧問的數據亦指出，去年內地奢侈品市場銷售激增了 30%，預計今年中國市場仍可增長 25%，即超過 156 億美元。怪不得愛馬仕會在內地推出專為中國人設計的奢侈品「上下」，並以「該產品由中國設計並製造，僅在中國銷售」為噱頭。

中國入世為提升民衆生活品質的實例不勝枚舉，除汽車、奢侈品、電子產品外，其他與民衆生活息息相關的部分亦不斷變化着。看看老百姓的餐桌，一些講究生活品質的人已越來越多地購買進口商品，甚至部分中產階層已學會並喜歡用紅酒來招待賓朋。

值得一提的是，從入世承諾時刻表看，電信增值業務是開放程度最大的領域之一，事實上，入世前「大哥大」通話費為每分鐘 1 元，而如今卻僅 0.1 元，隨着電信增值服務的普及，數字電視、IPTV 等早已飛入尋常百姓家。

十年汽車關稅及銷量變化



#06 年開始，中國加入 WTO 的汽車及其零部件降稅承諾已經履行完畢

「中國式問題」仍待破局

記者手記

本報記者 倪巍晨

入世十年間，中國和平崛起似乎已銳不可當，國人的生活品質也得到了極大改善，但任何事都有兩面性，伴隨着入世而出現的各種「中國式問題」亦在近年來逐漸顯現，華麗的數據與繁榮的景象外，深層次的思考同樣值得關注。

奢侈品「大躍進」A 貨橫行

以奢侈品為例，近年來各大奢侈品品牌以「大躍進」的方式闖蕩中國。雖然政府並不提倡奢侈消費，但奢侈品的到來確為財政帶來豐厚的利潤來源。另一方面，一些企業因感嘆「奢侈品的高附加值」，而橫下心來扎扎實實地鑽研品牌，但奢侈品到來後也讓「李鬼們」嗅到了商機，山寨、A 貨的橫行，使得中國必須在此後相當一段時間正視知識產權的保護。

2010 年，中國超越美國成為世界第一大汽車消費國，十年來中國消費市場爆發出的驚人潛力，令海外車商讚嘆不已。官方數據稱，全國有 11 個城市的汽車保有量超過百萬，其中最典型的例子就是擁有逾五百萬私車的北京。作為中國的首都，擁堵的馬路卻為其博得了另一個有些刺耳的稱謂「首堵」。

消費瘋狂擴張 管理滯後

事實上，汽車消費還衍生出環保、道路建設與汽車增進平衡發展、自主創新汽車核心技术等一系列相關問題。國家發改委區域規劃專家諮詢組成員、博士生導師朱榮林教授相信，隨着汽車消費瘋狂擴張而產生的各種問題，歸結到底還是政府的管理沒有跟上 WTO 的步伐。他說，發展速度對中國而言不是問題，污染、堵車、技術革

新不夠，上述問題的癥結仍是管理，工業化、城市化的極速發展已大大超越了城市的管理能力，「對比一下香港就會發現，政府在規劃管理方面更注重私車和公共車輛體系的配比」。

在中國高速發展的當下，專家們開始關注中國社會高能耗低收益、順差過大、企業成本加劇等嚴肅話題。他們強調，中國出口商品中相對一部分的附加值仍然很低，當入世紅利消失，劉易斯拐點乍現，出口對資源的過分依賴、環境污染資源浪費對經濟發展潛力的削弱，無疑不利於中國經濟的可持續發展。

專家指出，入世後的十年對中國經濟發展而言僅是開始，隨着高成本時代的開啓，尋找新的經濟增長點成了中國不得不直面的話題。中國選擇的發展模式類似於「拉美模式」，儘管中國經濟成績顯著，但與 WTO 講求的效應收益仍有差距。



▲當一眾奢侈品品牌以「大躍進」的方式闖蕩中國，奢侈品悄然間成了所謂身份與地位的象徵 本報攝