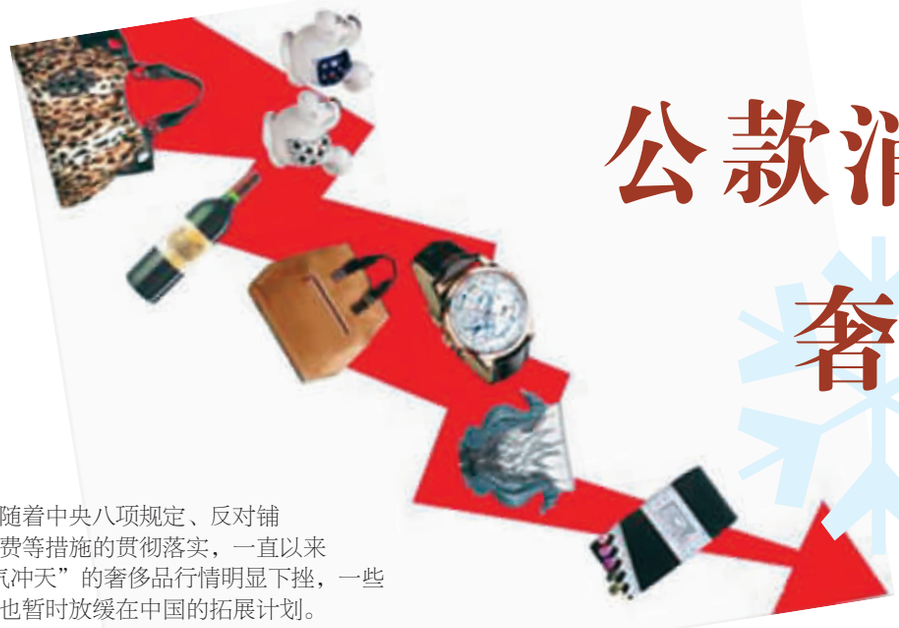


公款消费收紧 奢侈品“遇冷”

随着中央八项规定、反对铺张浪费等措施的贯彻落实，一直以来“牛气冲天”的奢侈品行情明显下挫，一些品牌也暂时放缓在中国的拓展计划。

■ 品牌高速增长受阻

2012年底，改进工作作风、密切联系群众的八项规定出台，社会舆论对公务人员的监督也随之加强。

公款消费“收紧”，奢侈品销量应声“下落”，一些奢侈品牌高增长随即遇到“瓶颈”。贝恩公司数据表明，2012年中国奢侈品消费增速为7%，与前两年30%以上的增速已有一定落差。

记者走访上海一些奢侈品专卖店也发现，购买人数明显“缩水”。位于上海南京路上的一家纪梵希专卖店前段时间开始打折，近日已关门。

“奢侈品牌在中国抢地盘式的扩张已经无法延续。去年绝大多数品牌销售业绩没有达到年初目标，最多的少了30%以上，近年罕见。”一位不愿透露姓名的全球知名奢侈品集团在华负责人表示，这与奢侈品海内外价差大、经济整体环境遇冷等有关，也与公款消费受限有一定关系。

另一家奢侈品店员表示，由于税务局查得严，以办公用品为名目的发票暂时开不出来，顶多只能将珠宝、手表以“皮具”名义出售，销量下滑两成左右。

世界奢侈品协会最新报告显示，2013年1月20日至2月20日，中国内地奢侈品消费总额为8.3亿美元，比2012年春节期间销售下跌近53%。

2013年，包括古驰、路易·威登等奢侈品牌在华放缓扩张的消息陆续传来。路易·威登高层此前表示，将全面抑制扩张，不会在中国二、三线城市继续开店。古驰负责人也称，2013年将维持在中国门店数量，不再前往新的城市开店。

■ 为公款消费开后门

根据世界银行的数据，2011年人均GDP排名中，中国名列第86位。而与之相对应的却是，中国已经取代日本成为第二大奢侈品市场，仅次于美国。

记者调查发现，在奢侈品消费巨额数据的背后，仍然暗藏着公务浪费、权钱交易的需求。为了适应中国消费市场的“特点”，不少奢侈品牌都“入乡随俗”，给予购物者最大限度的“方便”。

在上海一家普拉达（PRADA）专卖店，销售人员介绍，买动辄上万元的奢侈皮具，开发票可以是“礼品”，也可以是“工作服”，显然为了报销方便。

一位奢侈品品牌销售顾问甚至表示，不管购买的是什么商品，都可以开具“办公用品”发票，且不会出现商品明细，方便入账。

这位销售顾问说，不少客户购买奢侈品“不问价格”，“因为付钱的都不是他们自己”。一些不带钻石、不镶金的手表比较适合送给政府官员，“这样比较低调，看不出来价格，现在风声紧，买爱马仕太高调了。”

“发票擦边球”是不是违规，其实奢侈品公司心里非常清楚。一位资深业内专家说，今年以来，一些奢侈品牌的高层都担心这样“变相”协助“公款消费”可能带来法律风险，已经采取了行动。

据透露，不少国际奢侈品品牌从去年开始陆续内部发通知，要求不准乱开发票，而今年具体规定更加详细。“实际上卖什么产品开什么发票是国际惯例，只不过中国客户有特殊要求，一些大牌也就‘暗度陈仓’。”

■ 送礼涉嫌变相行贿

奢侈品牌的服装皮具、生活用品、钟表首饰，总给人一种优雅、时尚的感觉，其“卖点”也正在于此。然而，如果牵涉到权钱交易、公款浪费、变相行贿受贿，就成了一种披着“优雅”外衣的腐败，不仅败坏社会风气，也让奢侈品的美好形象彻底变味。

温州商人朱先生告诉记者，他一年买的奢侈品牌皮包可能就有几十个，根本不是自用，几乎都是送礼，大多送官员。“这些东西价值高，对方接受了也感觉是个礼品，不烫手，几乎就是送钱，听说现在还有专门回收兑现的渠道。”

专家建议，应加强财政资金管理，切断公款送礼的资金源头；对预算外资金加强管理，遏制这部分资金的体外循环；同时加大对权钱交易的打击力度。

（**据新华社北京5月1日电** 记者**周琳、陆文军、丁静**）

中国科学家施一公

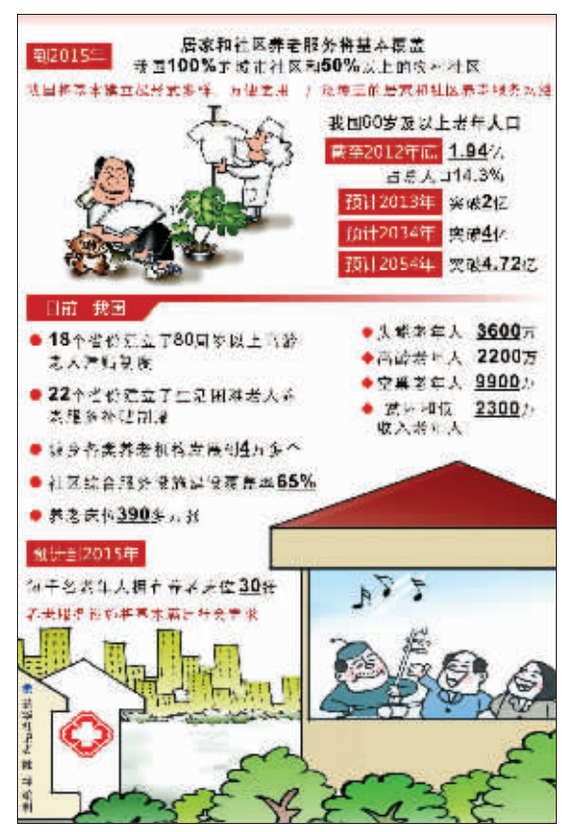
当选美科学院外籍院士

本报北京5月1日电（记者**赵婀娜**）4月30日，美国科学院公布了增选院士名单，其中包括84位美国本土院士和21位外籍院士，清华大学生命科学学院院长施一公教授入选该院外籍院士，也是21位入选者中最年轻的一位。这是他继4月25日入选“美国人文与科学院”（American Academy）外籍院士之后获得的又一学术殊荣。

施一公，1989年毕业于清华大学生物系，1995年获美国约翰霍普金斯大学医学院分子生物物理学博士（1995），历任美国普林斯顿大学分子生物学系助理教授、副教授、教授、讲席教授（1998—2008）。他2006年开始着手在清华大学建设实验室，2008年全时回国工作，现任清华大学生命科学学院院长。其领导的实验室在细胞凋亡调节机制、生物大分子机器组装与功能、重要膜蛋白结构与机理三个主要研究领域做出了重要的原创贡献，迄今发表SCI论文125篇，其中34篇以通讯作者发表于《自然》、《科学》、《细胞》，被SCI引用1.4万余次。

2015年

居家养老覆盖城市社区



南京江宁织造博物馆迎客

▶博物馆内景。 董金林摄

◀观众在馆内参观。 刘建华摄

▼云锦织机。 王胜涛摄

▼云锦精品。 董金林摄

5月1日，位于江苏省南京市大行宫闹市区的江宁织造博物馆正式开馆。

江宁织造博物馆于2002年立项，由建筑大师吴良镛担纲设计，设有“江宁织造”“云锦天衣”“红楼梦曲”“中国旗袍”4个常展，目前两个临时展览“元明清云锦精品”和“博古珍赏”正在展出。 **新华社**发

入刑两周年

酒驾醉驾总量双降

本报北京5月1日电（记者**张洋**）《刑法修正案（八）》实施两周年以来，治理酒驾取得了明显的法律效果和社会效果，全国公安机关共查处酒后驾驶87.1万起，同比下降39.3%，其中，醉酒驾驶机动车12.2万起，同比下降42.7%，酒后驾驶和醉酒驾驶行为总量大幅下降，酒后驾驶导致的交通事故明显下降。

据统计，去年5月1日至今年4月30日，全国因酒后驾驶导致交通事故起数同比下降了12.4%。其中，因醉酒驾驶导致交通事故起数、死亡人数和受伤人数，同比分别下降35.2%、21.1%和34.7%。

日照 环保婚礼放生鱼苗

5月1日，在山东省日照市举办的“海誓山盟”第十一届青年集体婚礼上，17对新人放生鱼苗。

陈为峰摄（**新华社**发）

沈阳 三胞胎虎宝宝亮相

5月1日，沈阳怪坡东北虎园三胞胎满月虎宝宝首次与游人见面。

据了解，这3只虎宝宝3月26日出生，是虎妈虎爸自然交配生下的，完全由母虎自己哺乳。

张文魁摄（**新华社**发）

中国客推高北美房价？言过其实！

王建明绘

加拿大

据新华社温哥华4月30日电（记者**马晓澄**）近日，加拿大温哥华有机构分析报告指出，市中心一些公寓空置率惊人，随后有人将此归结为“中国人炒房”的证据之一，并认为中国投资客推高当地房价。对此，当地业界人士认为此说法欠缺事实根据。

根据官方数据，温哥华地区独立房屋的平均价格近60万加元（约合366万元人民币），公寓平均价格为36万加元（约合219万元人民币），在加拿大位居前列。与此同时，中国移民数量不断增多，再加上有些新移民购房要求靠近名校或者中文商业中心，某些区域的房产项目热销。

加拿大不列颠哥伦比亚大学规划学教授安德鲁·严分析了2011年的相关数据后发现，温哥华市中心煤港一带的公寓空置率达到约23%。而在除了西端区域以外的整个市中心，被投资客拥有的房屋比例高达48%。虽然作者在报告中就指出，这些投资客中绝大部分是加拿大本地人，但依然有人认为公寓高空置率和中国人有关。

对此，加西地区规模最大的地产中介之一怡富地产总裁蔡宏安对新华社记者说：“这样的说法更多时候是基于一些猜测和传闻，而非依赖于事实和可靠数据。”

蔡宏安说，目前加拿大和温哥华地区的相关政府机构并没有针对华人移民的购房行为做过权威统计。但是若以人口比例而言，华人人口占加拿大全国人口的比例约3%，认为这能对市场产生重大影响难让人信服，而中国投资客的作用就更为有限。

根据加拿大政府数据，加全国房屋销售收入中，只有3%来源于外国购房者，这其中还包括了相当一部分的美欧等地的投资者，来自中国的投资者比例微乎其微。

“加拿大是一个法制健全的国家，交易过程公开透明，因此千万不要轻信一些人的不实宣传，更不要想着走台下的交易，这是行不通的。”蔡宏安如此提醒。

美国

据新华社洛杉矶5月1日电（记者**王军**）针对近日来热炒的华人推高美国房价的消息，熟悉美国房地产市场运作的人士表示，大量中国人赴美买房对部分地区房价上涨有一定作用，但推高美国整体房价的说法“言过其实”。

美国中华商报社长苏子涵在工作中接触大量前来美国购买房地产的中国人，并为他们提供咨询。他告诉记者，中国人在洛杉矶、旧金山和纽约等地大量聚居，那里华人社区的房子也大多由华人购买，其中既包括从中国本土来的，也包括美国当地的华裔。近来华人买家超过了卖家，造成一些特定社区的房价上升，是正常现象。但要说华人推高美国整体房价，则是言过其实。“中国人在美国的比重那么小，怎么可能推高美国的房价？”

南加州资深房地产经纪人苏家敏告诉记者，目前美国房价开始上扬，但距历史最高点尚有较大空间。美国房屋买卖的法律法规健全，投资风险较小。这些都助推了购房的投资回报率，自然吸引了不少包括华人在内的投资者。

苏子涵指出，美国房地产价格走高实际有两个推手，而并非传言中的中国人买房。第一个推手是美国房地产业进入新一轮上升周期。美国房地产上一轮高峰在2006年上半年，随后走平，接着下跌。2008年金融危机爆发，出现房价暴跌，2009年跌到谷底，此后两年出现二次探底后又再度上升，随后便进入较为持续的上升周期。

第二个推手是美联储连续实施的量化宽松政策。低利率环境和大量流动性进入市场的结果是，去年8月到今年2月南加州地区的房价有了20%以上的升幅。

广告专版 电话 65369288 传真：(8610)65003109 总编室 65369316 经营部门 65369405 发行部 65369319 零售周一至周四1元/份 周五1.5元/份 周六1元/份 国内定价全年280.80元 国内统一刊号：CN11-0066 广告许可证：京朝工商广字0153号