

# 哄搶碘鹽的背後

一個依據常識就可以做出理性判斷的事情，為什麼到了很多中國人面前就變得非理智了呢？這裡面有深刻的文化因素、管理因素和社會因素。

3月17日上午，我接到了10多個火急火燎的電話，主題卻只有一個——買鹽！妻子在辦公室督促我，趕緊去超市看看有沒有鹽買，她指示：“不要嫌貴，有多少買多少！”

湖南故鄉的三位親戚先後來電，說當地的鹽已經賣瘋了，昨天是2元一包，今天早上變成了5元一包，臨近中午漲到了10元，卻有價無市。親戚帶著近乎哭腔的聲音央求我，無論如何要“救救”他們，幫忙從北京買些鹽寄回去，花多少錢都行，看那口氣，似乎世界末日正在降臨。

武漢的一位朋友告訴我，從今天早上開始，她轉了武漢的七、八家超市，鹽架上都是空空如也，很多市民發瘋似地打車趕到超市，為的是能買到幾袋鹽，但一個個都失望而歸。

廣州的一位同學對我說：“瘋了！完全瘋了！大家都在搶鹽，有人說從今往後生產的鹽都不安全了！”

上海的一位朋友電話裡奉勸我，一定要多吃鹽，因為鹽裡含有碘，能幫助抵抗來自日本核洩漏的輻射……

憑常識和一個新聞人對當前社會熱點事件信息的掌握，我知道上面的電話內容都很荒謬。接下來的信息，更加證實了這一點。

原來從16日下午開始，陸續有兩個謠言在全國傳開，第一個是，日本核洩漏之後，將會嚴重污染海水，而我們的食鹽主要是海鹽，因此，將來生產的鹽都不安全了；第二個是，我們吃的鹽裡含有碘，而碘可以幫助人們抵抗核輻射。

正是這兩個謠言的迅速傳播，讓許多人陷入一種癡症狀態，瘋狂搶購，這可惹惱了那些做鹽生意的商人。一個同學告訴我，他的一個做副食批發生意的親戚，昨晚靠關係緊急批發了5噸食鹽，今天一大早就賣了個精光，淨賺了3萬多元。

其實，稍有頭腦的綜合各方信息加以思考就能知道，日本核洩漏當前的不利影響有限，別說沒有污染大海，就是對日本陸地也未形成致命威脅。而如果說是靠吃鹽裡的碘抗輻射，那麼幾袋食鹽才相當於一片碘。更何況醫學專家早已澄清，胡亂加服碘是很危險的事情。所以可以說，這兩天的食鹽搶購潮，一

是謠言所致；二是商家炒作的結果，三是投機者希望看到的現象。

獨立思考能力與公信力的缺失，但問題是，一個依據常識就可以做出理性判斷的事情，為什麼到了很多中國人面前就變得非理智了呢？為什麼中國人就這麼輕而易舉地被鹽“醜”了一回？這裡面有深刻的文化因素、管理因素和社會因素。

從傳統文化形態來看，中國人習慣於從眾，而不是獨立思考。一旦遇事，很多人總是抱著“寧可信其有，不可信其無”的心態，跟著風潮去搶購。我今天和幾位搶購者電話解釋，他們也懂得我說的道理，但心態普遍是：“既然大家都在買，我買一點總歸不是壞事吧。”

中國人不習慣獨立思考，又和中國傳統的管制模式有關。從奴隸社會至封建社會乃至今天，中國人一直生活在“被管制”之下，大家習慣了聽命令、看通知，習慣了步調一致的行動，習慣了大小事務由政府包攬統領。所以，人們不願意、也沒有衝動去真正獨立思考。

還有一點，那就是當前社會的信任度普遍不高。這既表現在人們之間的互信不高，也表現在民眾對政府的信心不足。在一個文明國家，人們遇到類似食鹽這種恐慌，可能會首先認真、理性、獨立思考，然後聽聽專業人士、專業機構和政府監管部門的意見。但在中國，大家只迷信自己掌握的現在，而無法充分寄望於依賴於社會綜合管理體系所形成的穩定預期。人們只相信實實在在的搶購到的、擺放在家裡的鹽，而不是相信未來的安全和穩定。

從這個意義上講，一包小小的鹽說導致的恐慌，折射出中國深層次的社會問題。就鹽慌本身而言，通過政府的關照、大型專營公司的緊急調撥，是可以暫時解決的。但從更廣闊的視野看，中國管理層如何透過鹽慌去認清當前的社會問題，進而採取措施，重構社會的信任，重構公共治理的效率模式，恐怕是更要緊的話題。

作者：陳杰人，英國《金融時報》中文網特約撰稿人，獨立時事觀察員，哥倫比亞大學訪問學者，中南大學政治學與行政管理學院博士候選人

# 中國富豪揮金如土 撼動全球奢侈品市場格局

## 在二三十年裡富起來的中國富翁把錢揮霍在從茶葉到郵票的一切東西上。

【本報綜述】倫敦失去了全球藝術品市場拍賣中心的地位，這要歸咎於黃庭堅、張大千和齊白石。自上世紀五六十年代以來，紐約和倫敦一直是全球藝術品市場的拍賣中心。一項獨立研究報告稱，中國已超過英國成為全球第二大藝術品市場，僅次於美國。一個新興的中國買家群體使得全球藝術品市場從2009年的低點增長了52%。

儘管蘇富比、佳士得等拍賣行在盡可能地誘惑富有的中國人購買莫奈、賈科蒂蒂等外國大師創作的藝術品，但最大的增長在中國拍賣行拍賣的中國作品上。

不僅僅是畫作，陶瓷製品、家具、書法和珠寶的拍賣價格也都在翻番。中國人的品位在改變著全球藝術品市場格局，黃庭堅、張大千和齊白石是這種變化的代表。這些西方人甚至是藝術圈不熟悉的名字，最近卻在拍賣行里賣出了最貴的西方藝術品的價錢。

北宋書法大家黃庭堅的《砥柱銘卷》去年在保利國際拍出了4.368億元人民幣的天價，幾乎是以前書畫作品拍賣紀錄的兩倍。

據權威的全球藝術市場信息網的數據，作為中國20世紀最重要

的畫家之一，張大千去年進入全球藝術家作品拍賣成交總額前三甲。其作品去年的拍賣總額為2.491億美元，僅次於畢加索和沃霍爾。

報告稱，中國在全球藝術品市場所佔份額升至23%。英國占22%，約為131億美元，美國所佔份額為34%，約為203億美元。

茶葉：“大紅袍”茶只生長在福建省一個小角落裡，過去常常獻給中國的皇帝品嚐。自去年中以來，“大紅袍”價格上漲了10倍。據官方媒體報導，“大紅袍”的售價現已超過每千克1000英鎊。



玉石：在中國西部城市和田，玉龍喀什河把玉石從崑崙山脈帶到塔克拉瑪干沙漠。自2003年以來，玉石價格上漲了10倍，引起人們瘋狂搶購。最為珍貴的是羊脂玉，因凝如白脂而得名。現在，頂級羊脂玉的價格比10年前上漲了大約1萬倍。

葡萄酒：2010年，蘇富比拍賣行超過60%的葡萄酒拍賣是在香港

成交的。過去12個月，備受中國人青睞的1982年“拉菲”的價格上漲了60%。過去10年，1982年“拉菲”的價格上漲了1000%，主要歸因於中國市場的永不滿足。

藝術品及古玩：中國藝術品及古玩市場的泡沫繼續膨脹。今年早些時候，一個18世紀的花瓶以4300萬英鎊的驚人價格成交，創下世界紀錄。

郵票：本月早些時候，在香港舉行的一個珍稀郵票拍賣會上，一套文革時期的郵票四方連以897萬港幣的價格成交，創下歷史新高。

諮詢公司麥肯錫最新發布的《崛起的中國奢侈品市場》報告預測，到2015年，奢侈品在中國市場的銷售額預計達到270億美元，佔全球奢侈品市場20%份額。

報告顯示：2010年，奢侈品銷售



額達到了120億美元。到2015年，中國將超過日本，成為世界上最大的奢侈品市場。

那麼背後是什麼因素推動中國奢侈品市場的崛起？麥肯錫研究顯示，中國的1300萬上層中產階級家庭（年收入10萬-20萬元，相當於15000-30000美元）是最大的增長機遇來源。

數據顯示，這部分人群已經佔到約12%的市場份額，隨著該階級人數的迅速增加，預計到2015年有7600萬戶家庭進入該收入範圍，佔22%的奢侈品購物份額。

而且，用購買奢侈品來滿足個人嗜好的消費者比例也正在迅速增長，從2008年的25%上升到2010年36%。而且這類消費者在奢侈品上的花費還在增加。

另外，快速的城市化和大城市以外地區的財富增長推動了幾大新市場的出現，其中的奢侈品消費者數量可觀。麥肯錫研究顯示，未來五年內，這類城市的數量將增加一倍，從30個增加到60個。

麥肯錫“解讀中國”項目負責人狄維瑞認為：“儘管中國奢侈品消費者欣賞國際品牌的價值，但仍希望國際品牌能通過新產品設計、新品牌或子品牌來反映中國的文化傳統。這還是一個相當新的現象，尤其在奢侈品行業，同時這也意味著奢侈品牌必須有比現在更高程度的本地化定制，而這可能是大多數奢侈品牌還未準備好的。”

# 十二五規劃給台商帶來新機遇

【本報綜合報導】最近，中國國務院總理溫家寶與國台辦主任王毅先後對“十二五規劃”與兩岸關係發表談話，強調未來5年大陸將以ECFA為平台，建立“具有兩岸特色的經濟合作機制”，照顧“台灣的基層民眾利益”。

中國商務部部長陳德銘則表示，在ECFA貨品貿易協定後續協商中，大陸仍然將依循“讓利原則”，考量台灣834種農產品的開放問題，甚至於目前仍有貿易限制之1360種工業品，也有考量“基層民眾利益”的空間。

台灣師大國際事務與全球戰略研究所兼任副教授蔡宏明指出，

大陸有關高級官員的近期談話顯示大陸將以“十二五規劃”為行動綱領，以落實ECFA為目標，深化兩岸經濟合作。這將是影響台商大陸營運和兩岸經貿趨勢的最重要因素，也為台商在大陸的發展提供商機。

在“促進雙向投資”方面，中國商務部表示“希望大陸的龍頭企業到台灣考察投資，發揮示範帶動效應”，而之前大陸海協會會長陳雲林率大陸央企來台考察時，提出中遠集團與陽明海運合作開發高雄港貨櫃碼頭；華潤集團來台設醫療研發中心；武漢中百、福建超大大等來台設立農產品採購中心；

中國航空集團希望參與桃園航空城計畫和港中旅集團希望來台成立辦事處等，都顯示未來5年大陸國企來台投資將是帶動兩岸經貿之主流。

大陸未來五年的發展規劃，將大力發展現代製造業、戰略性新興產業及服務業，目的就是要調整經濟結構，讓經濟得以轉型。北京清華大學教授魏杰認為，被列為戰略性新興產業的環保、能源、生技等產業，未來必然會獲得大陸政府在財政上的全力支持。而台灣在這些產業上多半具有優勢，這對台灣企業將是很大的機會。

魏杰還表示，大陸轉而發展內

需，取代以往過度依靠出口及外來投資，因此，服務業將是大陸經濟結構調整的最重要環節，而台灣在服務業上有很大優勢。

大陸“十二五”規劃，之所以以專章的篇幅來談論兩岸關係，主要是為了加大與台灣經濟貿易合作的力量，擴大空間，不要讓台灣失去巨大的商機。

北京台商協會會長、北京捷安特董事長林清發則直指，為降低“十二五”規劃實行後，台商“看得到、吃不到”的負面評論，還應該把“中央與各省政府採購法適用台商”列入“十二五”規劃的兩岸關係專章。

# 香港理工大學著名教授胡仲豪：日本核洩漏危害很大 但港人不需驚慌

【中評社實習記者黃蔚香港報導】香港理工大學著名教授胡仲豪於18日下午在香港理工大學“福島核事故”的講座中表示，日本核電廠事故將對日本造成長期而廣泛的影響，但對於此事故，港人不需驚慌。

胡仲豪認為，日本福島核危機本可以得到更好的處理，其最根本的原因是“過長時間開會商討處理辦法，以致延誤問題。”問題非但沒能得到解決，反而擴大了。

胡仲豪說：“相比中國來講，

福島核問題對日本的影響更加廣泛。”

核物質污染水，就開始了一條污染的鏈條。它會對地下水、水稻、近海捕魚等造成影響，最後影響到人的身體健康。

雖然核洩漏對日本社會危害很大，但香港遠離福島，港人不需要過於恐慌。

“現在的確有人在機場被查出核輻射檢測超標，”胡仲豪說，“但大部分是因為落在外衣上的輻射塵，”輻射塵並不可怕，只要將

衣物清洗乾淨即可。

同時，胡仲豪還表示，民眾要避免讓輻射塵進入口、鼻，另外還要勤洗手，不要把灰塵吃進肚子裡。另外，胡仲豪還提醒港人注意從日本進口的食品、物品的產地。最好不要吃產於福島及週邊的食物。

“從福島進口的物品，雖然沒有直接的傷害，但由於物品搬運大部分在室外，上面也許會有輻射塵，”胡仲豪接著說，“但是他們在進關的時候會接受嚴格的檢測，

所以也不需太擔心。”

胡仲豪還在講座中提及，此次福島核事故本可以得到更好的解決，但是造成它嚴重化的原因是沒有及時採取有效的措施。“小組開會商討，不僅沒能得到最好的解決辦法，反而錯過了挽救的最佳時機。”

但胡仲豪沒有在講座中具體指明最佳的挽救辦法是什麼。

胡仲豪教授曾在加拿大原子能公司工作逾20年，亦兩度選為香港工程師學會核子分部的主席。

### 中國哄搶食鹽價格商家被查處

中國國家發展改革委員會介紹，全國部分地區哄搶食鹽價格，擾亂正常市場秩序，嚴重影響民生，有關部門依法查處。各省各地食鹽供應和價格均加予穩定。

- 陝西省西安市東區火燒廟路綜合市場13號小方水產副食商店：將定價為每400克1元的加碘精製鹽漲至2.5元銷售，被處以5萬元罰款。
- 吉林省德惠市松江鎮廣興食品批發部：將加碘鹽由每500克1.3元漲至7元銷售，被警告並沒收多收價款，并處3000元罰款。
- 浙江省建德市供銷便利上商店：將白鹽由每300克1元漲至1.5-2元，將精製鹽由每500克1.5元漲至200-300元銷售，被警告限期退還多收價款3815元，並處5倍罰款。
- 溫州市鹿城區正泰紅星百貨超市：將定價1元/包的食鹽漲至10元/包銷售，被警告限期退還多收價款，并處罰款。
- 河北省沙河市新城市世紀食品門市：將定價400克1元的加碘精製鹽以10元的價格銷售，被依法沒收無法退還的違法所得，并處罰款。
- 山西省太原市尖草坪區萬源久便利店：將定價為每500克1.2元的加碘精製鹽漲至2元銷售，被依法沒收無法退還的違法所得，并處5倍罰款。
- 青島龍山路菜油鹽調味門市部：將綠色精製鹽由每500克1.5元漲至2元銷售，被依法沒收無法退還的違法所得，并處5倍罰款。
- 江蘇省南京市雨花區鹽務局上海華聯超市加盟店：將定價為1元/袋的精製食用鹽以4.5元/袋的價格銷售，被沒收無法退還的違法所得，并處5倍罰款。
- 海南省海口市物價局美蘭同恒超市：將食鹽食用鹽由每500克1.5元漲至5元銷售，被處以1000元罰款。
- 新疆維多利亞市城區老豐超市和哈圖布呼鎮豐華超市、廣金超市：將定價為每500克1.8元的加碘精製鹽漲至10元銷售，分別被罰款1000元。

CIOSH

## 第82屆中國國際勞動保護用品交易會

The 82<sup>th</sup> China International Occupational Safety & Health Goods Expo.

2011·4·17-19  
上海光大會展中心  
Shanghai Everbright Convention & Exhibition Center

www.ciosh.com 010-68535315

# 上海

Shanghai

批准單位 中華人民共和國商務部  
主辦單位 中國勞動用品協會  
支持單位 國家勞動保護用品監督檢驗中心(北京)  
承辦單位 中紡安健(北京)會展有限公司  
中紡安健(北京)商務諮詢有限公司

Authority: Ministry of Commerce of the People's Republic of China  
Sponsor: China Textile Commerce Association  
Supporter: The National Quality Supervision And Testing Center for Personal Protective Equipment  
Organizer: CTCI Safety & Health Fair Co., Ltd  
Tex-Coo Business Service Co., Ltd