■ 议事堂

《广州日报》记者日前发现，国内售卖的高端“洋奶粉”价格，竟达到国外官网售价的4倍！媒体调查还发现，虽然进口奶粉有过关成本，但是远远没有达到令价格连连翻番的地步。有业内人士表示，洋奶粉的高定价，或许可以归因到内地消费者的消费心理，该说法引起了广泛争议。

谁“造就”了“全球最贵洋奶粉”

消费者的追捧被洋品牌利用

“洋奶粉”在国内市场高价销售，基本上与进口税无关。

按照2011年版《海关进出口税则》，供婴儿食用的零售包装食品，不管是奶粉还是麦乳精之类，其进口最惠国税率都是15.0%，暂定税率更只有5%，外加进口环节增值税17%。相比之下，其他制成品食品进口最惠国税率常常在20%以上，甚至是30%以上（如碾碎的干小麦）、50%（如甘蔗糖）以上。

“洋奶粉”价高，首先还是因为中国消费者对洋奶粉的过度追捧。这种追捧源于后发国家和地区追捧发达国家品牌的人之常情，又因独生子女政策而强化。

其次，洋品牌销售商会充分利用这种盲目追捧，索取尽可能高的售价，以便实现利润最大化；甚至会有意识地通过各类广告营销方式，激发这种盲目追捧。为了营造自己的所谓“高端”、“贵族”形象，无论进口税率如何下降，他们都会尽量避免降价；相反，通过定期涨价来保持品牌高端地位，是一些洋品牌的常规保护策略。

今年中国实施了扩大进口政策，而且人民币汇率这几年已经对西方货币显著升值，换言之，洋奶粉的成本因汇率变动而下跌许多，但我们看到，进口洋奶粉还在纷纷涨价。

□梅新育（商务部研究员）

消费者为安全信用丧失埋单

处于食品安全恐慌中的中国消费者们，正在为失去的食品安全信用埋单。面对洋奶粉以各种借口虚涨价格，甚至售价卖到原产地的4倍，达到全球最高，家长们依然义无反顾。这不是消费者“崇洋媚外”的心理作怪，而是当产品安全信用已经威胁到生命健康时，消费者用脚投票，是必然的选择。

三聚氰胺事件之后，国产奶业信用受重创。但是，从这几年的表现看，一些国产奶企不仅没用真诚与信用，与消费者达成谅解，反而不爱惜自己的羽毛，一再冒出质量问题，甚至出现拙劣的危机公关，让信誉一降再降。可以说，洋奶粉占领市场步步紧逼的过程，正是国产奶业在信用上节节败退的过程。

当信用成为稀缺品，必然“物以稀为贵”。如果国产奶业依然无法建立起值得信赖的信用体系，继续在无视安全信用这条路上“一条道走到黑”，那么，国产奶业的信用底线有多低，消费者为“洋奶粉”付出的信用溢价必然就会有多高。

□李妍（媒体人）

贵的不仅是奶粉，还有“监管”

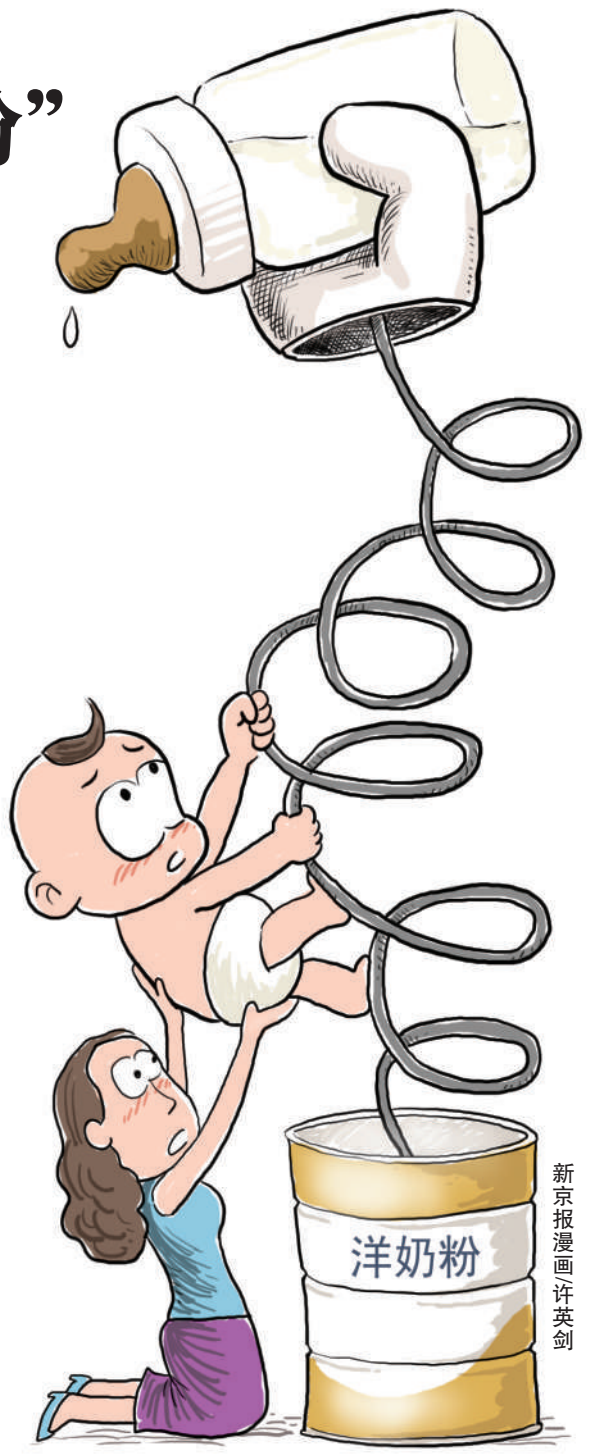
中国的母亲们与“洋奶粉”的关系，现在是一种典型的周瑜打黄盖——一个愿打一个愿挨。个中原因显然不是“高价格意味着高质量”的消费心理，而是一种“高价格意味着高安全”的中国消费者心理。

业内人士一再解释说国产奶粉的质量，不会比洋产品低。消费者也相信，如果真的按国家标准，国产奶粉的质量也许确实不低。问题是，国家标准得到严格执行了吗？

不难发现，很多消费者在选择同一洋品牌的奶粉，也是宁要进口版，而不要内地版。按理说，同样品牌的产品，在产品质量上一般不会有太大区别。但为什么是越“洋”越受欢迎？说穿了，很多消费者不仅是在购买“洋奶粉”，还是在选择“洋监管”。

尽管“洋奶粉”这些年来也被频频爆出质量问题，但大多是某些品牌某些批次的问题，而不是整个行业的普遍问题，像三聚氰胺这样的丑闻更是闻所未闻。个别产品出现问题，可以归咎于企业；一个行业出现问题，监管或许难辞其咎。“洋奶粉”的坐地起价，证明了能保证行业恪守安全底线的监管，其价值也是巨大的。

□田勘（学者）



新京报漫画/许英剑

中国人如今有钱了，只认贵的和洋的，其实这种消费很不理性，消费水准有问题。应该倡导：适合的才是最好的。当年的完达山和母乳，照样让我的儿子长得结结实实。虽然时下诸多往自己脸上抹黑的民族企业让我们越来越不敢相信国内的产品，但是就像人一样，不可能所有的人都是坏人，好人和好品牌还是有的。

——柳静伊（职员）

这个现象不只在奶粉市场有，比较一下国内外很多商品的售价：衣服、汽车、首饰等，很多品种的国内价格也高于国际价格。除了怪罪中国人消费不理性，还应从税费、物流、渠道等方面寻找原因。

——李军（投资分析师）

价格由市场形成，定高价虽有滥用市场地位之嫌，但也怨不得别人。商人是逐利的，不是做慈善的。再说，洋奶粉有现在地位，不是因为它有多好，而是因为我们太差。国货当自强啊！

——吕元尹（职员）

■ 五洲茶座

“外宾”扎堆开微博也是一种“工作需要”

外国政要之所以跑到中文微博上又说又听，因为微博上既有他们想听到的声音，也有他们想交谈的对象。

据《法制晚报》报道，一些国外政要纷纷在新浪微博“安营扎寨”，如美国内布拉斯加州州长海涅曼、奥马哈市市长萨特尔，澳大利亚前总理陆克文，欧盟轮值主席范龙佩，IMF总裁拉加德，英国伦敦市长鲍里斯·约翰逊等，形成了颇有声色的“外宾扎堆”景象。

微博是干什么用的？是用来说和听的。扎堆来中文微博安家落户的外国政要中，固有陆克文、萨特尔等精通中文的，但更多是既不会说和看、也不会听和写中文的“纯老外”，为何选择来中文微博上“当外宾”？多半并非个人习惯或兴趣爱好使然，而只能是一种“工作需要”——这些外国政要，需要和看中文、写中文的微博网友交流。

经过30多年改革开放，中国的政治、经济地位提升，在国际上的重要性和“角色感”大增，中国人、尤其普通中国人想什么、需要什么，有怎样的爱憎，对于“外宾”们而言，变得不再无足轻重，而直接关系到他们的政纲、诉求，关系到他们的切身利益。而要直观、迅速、准确地把握这些，最好、最便捷、最经济的方法，莫过于用中国人的平台、中国人的语言和交流习惯，和中国人相互“听”和“说”，中文微博显然就是很理想的平台。

此外，随着开放的深入，如今移居海外的中国侨民、移民数量陡增，并一反传统海外华人对政治漠不关心的习惯，变得更敢于、善于表达自己意见。和以往不同，如今这些海外华侨、华人既注重“融入主流社会”，也更注重在多元文化氛围里，保持本民族的特色和传统，他们中很多人尽管长期在海外居住，但仍然习惯于使用中文网络平台。一些精明的外国政要正是看到这一点，才会跑到中文微博上又说又听，因为微博上既有他们想听到的声音，也有他们想交谈的对象。

既然人家是来说和听的，而且还是“工作需要”，那么大家就该对“外宾”扎堆抱持一种平常心，要学会多交谈，少围观，毕竟这种沟通和互动，不仅仅对“外宾”，对中国人也同样重要。

□陈在田（学者）

■ 转载

保障房“遇冷”是尴尬更是警示

一边是广大中低收入者迫切期待解决住房难问题，一面却是政府提供的经适房、公租房“没人买”“乏人租”。近日，上海、郑州、武汉、海口等多地保障性住房分配相继“遇冷”，引发了舆论的广泛关注。地方政府花钱费力百姓却不买账，不仅令人尴尬，更是对如何真正办好民生工程的警示。

相对于当前大量的社会需求，保障房“遇冷”显然不是建的多了，供过于求，而是工程项目无法满足百姓的实际需要。那些“遭弃购”“被弃租”的保障房，或是价格太高，或是地段太偏，交通、购物等配套设施不完善，老百姓最终买不起也没法住。更有市民连续三年遭遇这样的纠结，无奈之下只能放弃认购资格。

频繁发生的保障房项目遭遇冷落，根本上暴露的是部分地方在这一重大民生工程上思维的“跑偏”。保障房不是高价房，更不是城市建设的边缘项目，在这样一项事关百姓利益的大事上，如果缺乏充分的调查研究和设身处地的关怀考虑，在设计建设和相关政策上必然脱离中低收入者的实际情况。如果保障房被闲置，不但令期盼已久的百姓失望，同时也浪费了大量宝贵资源，最终将影响政府的公信力。

作为一项重要的民生工程，保障房建设无疑是对地方政府执政能力、为民意识的一大考验。中央三令五申保障性住房加强民生意识，就是强调要问计于民、问需于民。重要的是，不能把保障房建设视为对市民的一种恩赐，怎么省事怎么办；更不能将它当作政绩工程，只在乎建设数量的“完工”。

民生工程需要回归民生本位，不被群众认可的保障房等于不建。只有强化民生意识，想群众所想，急群众所急，才能真正办好民生大事。

（据新华社）