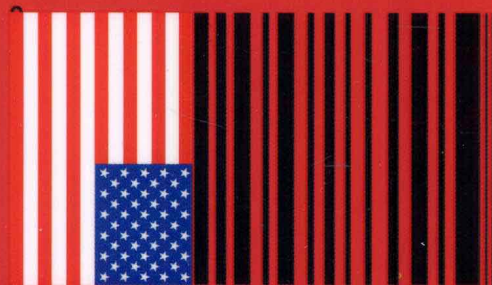


我们买的 为什么 比美国**贵**?

张 丽◎编著



Why are things here more expensive than in USA

是美国人在变相“抢”中国人的钱?

还是中国人“只买贵的，不买对的”的心理自卑?



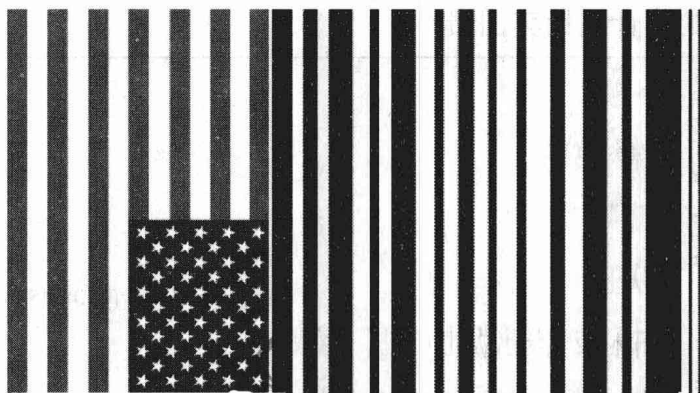
华中科技大学出版社

<http://www.hustp.com>



我们买的 为什么 比美国贵？

张丽 ◎ 编著



Why || are things here more expensive than in USA ||



华中科技大学出版社

<http://www.hustp.com>

中国·武汉

图书在版编目(CIP)数据

我们买的为什么比美国贵? /张丽 编著. —武汉: 华中科技大学出版社, 2012.4

ISBN 978-7-5609-7539-9

I. 为… II. 张… III. 国内贸易 - 贸易经济 - 研究 - 中国 IV. F72

中国版本图书馆CIP数据核字(2011)第245008号

我们买的为什么比美国贵?

张丽 编著

责任编辑: 娄一铎

封面设计: 黑米粒书装

责任校对: 张晓爽

责任监印: 熊庆玉

出版发行: 华中科技大学出版社(中国·武汉)

武昌喻家山 邮编: 430074 电话: (027)87557437 (010)84533149

印 刷: 湖北恒泰印务有限公司

开 本: 710mm × 1000mm 1/16

印 张: 13.5

字 数: 200千字

版 次: 2012年4月第1版第1次印刷

定 价: 28.00元



华中出版

本书若有印装质量问题, 请向出版社营销中心调换
全国免费服务热线: 400-6679-118 竭诚为您服务
版权所有 侵权必究

前言

如今大凡有幸踏出国门、去过大洋彼岸的国人，无不为一个事实惊叹：
为什么美国的东西这么便宜？

在人们的传统印象里，总有这样的意识，即越是富裕的地方经济条件越好，消费水平应该也越高。所以相对于中国，美国这样的发达国家，物价应该很高！可是为什么在美国的各大超市、商场中陈列的琳琅满目的货物中，只要是在中国市场上有的，都比在中国卖得要便宜呢？而且这价格高低的差距不是一点点，常常是一倍，甚至数倍，这是为什么？更奇怪的是，甚至连那些打着“中国制造”鲜明烙印的国产商品，从服装、纺织品、玩具、礼品到各式家用电器，还有最新款式的电脑、iPhone、iPad 等等，其价格竟然也远远低于国内同类产品的价格。有些产品价差之大，足以令人瞠目结舌。

于是，越来越多的眼睛聚焦在了“山姆大叔”（“山姆大叔”为美国的绰号，它同自由女神一样，成为美国的象征）身上，眼神中的内容也越来越复杂。

羡慕？嫉妒？恨？

我想我们首先会羡慕。羡慕美国人去趟超市，买了香蕉、生菜、小萝卜、酸奶、麦片、番茄酱、大米一堆，才花了 21 美金；羡慕美国人买辆奔驰 E-320 才花 50000 美金，只相当于他们半年多的工资；更羡慕一个美国人 4~6 年的收入就可以买栋房子……

说白了，我们真正羡慕的是人家的生活水平，毕竟人人都希望能过得



好。进而我们也许会嫉妒，并由妒生恨。为什么我们看场电影都要犹豫不决？为什么我们买套小房子就要负债几十年，全家做“奴隶”——就算是所谓的白领阶层买套 100 平方米的房子也无法摆脱大半辈子负债的命运？为什么我们偶尔奢侈一下，买盒在美国几乎要归类为垃圾食品的哈根达斯送给女朋友，就要心疼好多天？为什么我们在中国买辆奔驰 E-320 需要 980000 元人民币，差不多相当于大部分人十几年的工资？为什么在美国用手机，一个月 50 块基本可以随便打，而我们在中国用手机，一个月 500 块才基本可以随便打？为什么在美国购置套好点儿的西服，500 块差不多了，而我们在中国购置套好点儿的西服，2000 块还不够？为什么在美国买双意大利皮鞋，50 美金上下足矣，而我们在中国买双意大利皮鞋，就要 1500 元人民币？

为什么我们买的什么都比美国贵？在中国过日子怎么就这么难？是我们的干部不聪明、不能干？是我们的人民不勤劳、不团结？是我们的国家经济没有发展、社会没有进步？可根据中国国家统计局发布的数据，中国在 2010 年 GDP 总值为 397983 亿元，按可比价格计算，比上年增长 10.3%，增速比上年加快 1.1 个百分点。同时根据国家财政部发布的数据，2010 年全国财政收入 83080 亿元，比上年增加 14562 亿元，增长 21.3%，增幅几乎是上年的两倍。对比这两个部门的数据，我们发现，国家财政收入增长速度，远高于 GDP 的增速。而与此同时，全球发达国家的财政收入却仅在以 1% 左右低速增长或负增长。

不管怎么说，中美物价已然倒挂。相差悬殊的物价，已经使得越来越多的人不得已开始寻找解决之道：很简单，不在国内购物。中国商务部部

长陈德铭在2010年年终的全国商务工作会议上透露,2010年中国赴美的人数大概在100万,平均每人退税购买的商品就在7000美元以上,合计就是70亿美元;即仅在美国,中国游客购买高档商品就要消费460多亿元人民币。综合各方面资料,中国游客海外疯狂购物已经成为一种流行与时尚。

对此,我国政府已有所意识。从2010年8月开始,海关对进境旅客携带超出5000元人民币的个人自用物品开征进口关税。但是这能从根本上解决问题么?个人自用物品开征进口关税,只是限制了个人出国消费;国内物价依然畸高不下,这无形中只会更进一步加重老百姓的经济负担——通货愈发膨胀,问题没有从根本上得到解决——我们反而有陷入恶性循环的危险。

无怪乎,已经有不少华人向往“平易近人”的山姆大叔,并积极加入“中国”;而且这种成为第三国成员的趋势,也越来越强。这种局面一旦形成,后果不堪设想。中美物价倒挂,俨然已成为另一把悬在中国头上的达摩克利斯之剑。为什么会这样?答案就在《我们买的为什么比美国贵?》。

这本书以中美物价的数据对比,特别挑选一些大家最关心的话题,并对每一个话题都进行了深入的探究;由此通过鲜活的真实事例,向世人展示一个在GDP光鲜外衣覆盖下的百姓生活困境;通过对背后社会经济政治原因的深刻挖掘和剖析,把脉中国经济的“病因”;并就经济发展模式、经济增长中的不合理现象,被压缩的民生等种种疑问展开分析;深入浅出地向读者揭示“买的比美国贵”的实质,昭示出数字攀升之后的经济思考。

目录 | contents

第一章 公开秘密：“穷”中国的物价高于“富”美国..... 1

- 1 天价拉菲红酒的定价秘密：中国人“只买贵的，不买对的”..... 2
- 2 中国人为什么不敢像美国人那样吃？..... 5
- 3 被“电老虎”追着咬的“海归”..... 10
- 4 一样的电影，不一样的价格..... 13
- 5 中美“死亡价格”大PK..... 16

第二章 奢华中国：奢侈品“金装”背后是自卑心理还是消费阴谋？... 21

- 1 中国奢侈品比美国贵五成底气何在？..... 22
- 2 中美奢侈品消费文化的天壤之别..... 25
- 3 中国“不差钱”的幼稚奢侈品消费观..... 29
- 4 “崇洋媚外”消费观让中国人为奢侈品付出太多代价..... 33
- 5 80后扎堆消费奢侈品：是品位不同还是虚荣心作祟？..... 36
- 6 奢侈品店疯狂扩张蚕食中国财富..... 39

第三章 汽车消费：世界第一消费大国的“三座大山”..... 45

- 1 全新帕萨特中国版价格高于美国版引发的思考..... 46
- 2 中国汽车消费税负水平成“世界之最”..... 50
- 3 “面子工程”抬高中国汽车消费价格..... 53
- 4 中国车主的痛苦——“买得起车，烧不起油”..... 57



第四章 中国的房子凭什么比美国贵？ 63

- 1 美国上班族 4 ~ 6 年的收入可以买别墅？ 64
- 2 中美房价悬殊的秘密 68
- 3 土地财政为中国高房价“推波助澜” 77
- 4 中国人再贵也要买房的真实原因 81
- 5 中国楼市的未来由“80 后”决定 84
- 6 如日中天的房地产投资成高房价的“幕后黑手” 88
- 7 高房价引发租金高涨 92

第五章 “中国制造”为何国内比美国贵？ 97

- 1 为什么联想电脑卖给自家人这么贵，而卖给美国人却那么便宜？ 98
- 2 过年送礼：去美国买茅台送亲友 101
- 3 洋品牌：用完廉价的中国劳动，再将产品高价卖给中国 105
- 4 低廉的代工成本与关税“潜规则” 115

第六章 中国的通讯费为何比美国贵？ 119

- 1 国际长途新打法：从美国往中国打 120
- 2 两个铁塔变成吃钱的“老虎” 124
- 3 纵横交织、重复建设的光缆是只“毒蜘蛛”？ 127
- 4 垄断性利润“吞噬”民财 131

第七章 物价高于美国是误解？ 137

- 1 物价涨 40 年也赶不上美国？ 138
- 2 从带东西去美国到带东西回中国的“惊天大逆转” 141
- 3 中国百姓的生活真的像统计数据那么“富裕”吗？ 145

4 为什么工资在上涨, 供养家庭的能力在下降?	149
5 中国富人去海外消费是为了规避中国的高物价?	151
第 八 章 中美国物价倒挂的真相	157
1 宽松的货币政策	158
2 倾斜的政府税收体制	162
3 热钱炒作作祟	166
4 截然不同的交易成本	170
5 臃肿的物流与销售体系	174
第 九 章 物价“贵族”反思	179
1 GDP 与民生的距离	180
2 低工资与高物价现象	183
3 钢筋混凝土思维	187
4 中国经济是否通货膨胀	191
5 物价的问题岂能“就事论事”	195
6 “被动”的外汇储备	199
后记	203

第一章

公开秘密：“穷”中国的物价高于“富”美国

在美国，消费一杯咖啡需要花费2美元，看场电影10美元，分别占美国人均月收入的万分之六和千分之三。而在中国，这一数据分别是百分之一点三和百分之三点五，相当于美国居民负担同类费用的45倍和12倍左右。中美物价差距之大早已成为公开的秘密，那么中国物价在哪些方面高于美国呢？中国物价高于美国的成因是什么呢？本章即从几大方面向你讲述中国物价的“猫腻儿”。





1 天价拉菲红酒的定价秘密：中国人“只买贵的，不买对的”

Andy 和夫人是一对资深红酒迷，很早的时候就开始关注各种红酒。1993 年，两人的女儿出世，为了纪念，两个人决定为女儿买一瓶红酒，等到女儿 21 岁时再喝。而他们当时买的就是世界一级葡萄酒：拉菲红酒。

说起拉菲红酒，就不能不提发生在 1855 年的法国葡萄酒分级事件。当年，世界博览会在巴黎举行，来自法国各省和世界各地的名优产品云集一堂。当时的波尔多制作了一张旨在介绍波尔多葡萄酒的种类和品质的详细酒单，还附上了一张由波尔多商会责成葡萄酒经纪人公会制定的波尔多名酒分级表。在此基础上，1855 年 4 月 18 日，葡萄酒分级名单出炉；于是，这个名单也被称为“1855 年分级体制”。当时的分级标准是，只有那些质量长期稳定的葡萄酒才能入围某一个等级。换言之，一家酒庄能够入围分级体系的唯一理由是它能够长期稳定地酿制优质葡萄酒。而随着时间的推移，葡萄酒经纪人所制定的 1855 年分级表逐渐树立起了权威。

1855 年分级表对选购葡萄酒的新手来说，有着指南的作用，是可靠性与品质的保证。“1855 年列级酒庄”的酒标也成了一个传奇的质量保证，人们总是很自豪地用标有它的酒来招待贵宾。正是在那次著名的葡萄酒分级中，拉菲被评为“一级”葡萄酒——最上乘的波尔多红酒。于是乎，“拉菲”红酒被视为红酒界的一个传奇，一直延续至今。

因此，对于喜欢红酒的 Andy 夫妻来说，没有什么比为女儿买一瓶“拉

菲”红酒更具纪念意义了。从1993年购买之后，这瓶红酒一直安静地放在 Andy 夫妇租用的酒窖里；但是不久前发生的一件事，却让老两口不那么淡定了。2010年11月3日，香港苏富比拍卖行，三瓶1869年份的拉菲堡拍出43.79万英镑（约合人民币434万元）的天价。随着拍卖锤铿然落下，瞠目结舌的不仅是场中宾客，甚至包括见多识广的拍卖师自己。“一滴酒”等于“几克黄金”，再也不是神话了。

连一瓶普通的1982年的拉菲红酒，其身价也已经由100多美元升至数万元。人们惊呼其为“中国价格”，因为这些红酒的疯狂追逐者们，往往是黑头发黄皮肤的中国人。过去，在人们眼里，“中国价格”通常指的是最低廉的价格——反映出中国制造商的竞争力。但如今在最高端的市场，“中国价格”的定义被改写了，富裕的中国人一掷千金地购买奢侈品，让在场的很多西方竞拍者落荒而逃。但是我们不知道，在这落荒而逃的背后是不是还有嘲讽的意味。西方有句谚语：上帝欲使人灭亡，必先使其疯狂。对奢侈品的疯狂购买和追逐，更被视为一个泡沫经济时代行将破灭的典型征兆。香港葡萄酒拍卖场上传出的报道，不能不让人联想起20世纪80年代发生在日本的情景。

当时的日本买家到处购物，不仅高价买下许多名画，甚至连美国的汽车、商业地产都成了日本人的固定资产。但是当美国人突然撤资，日本经济瞬间崩溃的时候，艺术品、固定投资，又全都被当时卖出的人以十分之一甚至百分之一的价格买了回去——这一幕不知道会不会在今日的中国上演。



让我们再回到葡萄酒市场中。作为“酒迷”，过去十年中，Andy 夫妇一直跟踪世界名酒的价格走势，其中也包括“拉菲”飞涨的价格。他们发现，十几年间，拉菲增值了大约 8 倍。其实，不言而喻，拉菲价格的暴涨，是因为受到中国买家的热烈追捧。

拉菲与其他葡萄酒之间的口感不一样，但对于中国买家来说，他们在乎的绝对不是酒的味道。在 2008 年达沃斯的一次品酒会上，英国《金融时报》的简希丝·罗宾逊挑选了 11 款 2001 年份的葡萄酒——其中 5 款是顶级波尔多（包括大名鼎鼎的拉菲），6 款是新世界葡萄酒。出席晚宴的人士“盲品”了所有葡萄酒，然后对它们进行排名。新世界葡萄酒轻松占据了前几名位置，拉菲则“名落孙山”。但目前一瓶 2001 年的拉菲卖到了 800 英镑左右，而在达沃斯品酒会上更胜一筹的葡萄酒——来自澳大利亚的某知名品牌解百纳和来自南非的名品——却只卖 43 英镑和 14 英镑。我们不禁要问一个为什么。

需要指出，拉菲成功的中国式促销是其价格飞涨的重要原因。拉菲堡很早之前就开始刻意地追逐中国市场。2009 年，拉菲堡就曾宣布，2008 年份出产的拉菲标签上将带有在中国被视为吉利数字的“8”。为了开拓市场，拉菲堡的经营者在名字上也下足了功夫。一箱 2009 年的拉菲目前售价在 1.6 万英镑上下，而名称拗口的奥比昂则只能卖到 0.8 万英镑。

拉菲堡更在很早就精明地意识到了，对于先富起来的那部分中国人，“只买贵的，不买对的”才是他们的消费方式。对于这部分中国人来说，

葡萄酒价格之“贵”正是其吸引力所在。假如你要取悦于上海或者北京的岳父大人或生意伙伴，还有什么比奉上一瓶贵得让人咋舌的葡萄酒更靠谱的呢？这也是拉菲在中国卖出天价的重要原因，毕竟中国人的面子都不便宜。

无论什么品牌被买家追捧的结果就是真正的爱好者根本无缘与它们一见。而高价的背后其实只有暴利。之前曾有报道，数万元的LV包，其成本不过几百元。可是想一想，如果LV真的放下身价，哪怕是降到千元，还会有多少中国买家购买？所谓的世界名品，就是这么吃定了中国市场，哄抬价格，制造噱头，低价请中国的工厂生产，然后再高价卖给为他们代工的中国老板们。

于是乎，谁能第一个背着LV来上班或参加酒会，谁就是办公室最“牛”的人。为了抢这个“第一”，有人不惜将信用卡屡屡刷爆，奢侈品便成了一种十足的炫耀道具。有些人自认为自己缺乏些气质，于是买此奢侈品加在身上，心理上便认为气质提升了。其实不难看出，奢侈品更多的是一种风气，一种源于攀比之风的不良习气。

2 中国人为什么不敢像美国人那样吃？

2010年初，蓓蓓结束在美国的外派工作，返回杭州。本来是满心欢喜地希望回国来“享福”，但是令人想不到的是，回到中国后，她惊讶地发现自己的生活质量下降了。



蓓蓓在美国的工资标准是每月 1000 美元，按照现在的汇率，大概相当于 6500 元人民币。回到国内，她每月的工资 7000 元，比在美国时略有提高。蓓蓓是个追求独立的女孩，她的梦想是，在上班的过程中积累经验，同时也积累一些资金；并将积攒下来的工资通过投资增值，为自己换来人生的第一桶金。为了达成这个目标，在美国，蓓蓓每个月都坚持自己做饭，将食品的费用控制在 200 美金左右。在美国过了一年辛苦日子的蓓蓓，本想回到国内，工资略有提高，同时国内的物价又低于美国，可以攒更多的钱，同时提高一下自己的生活水平。但是实际情况却和她的想象大相径庭。

刚回到杭州时，蓓蓓本想为自己做几个拿手菜庆祝一下，但是逛了逛菜市场，她却灰心了。在杭州，牛腩的价格是每斤 45 元，比美国的价格高了两倍多；在美国，一打鸡蛋只要一美元左右，可是在杭州，按斤卖的鸡蛋折合成相同的个数要 17 元；杭州一公升全脂牛奶的价格为 11 元，比美国整整贵了三倍。中国的蔬菜和水果价格虽和美国相比各有高低，但是美国的蔬菜大部分都是免洗、无农药、去掉毛重的产品，如果换成同质量的产品，国内的价格可能还是要比美国贵。大米、豆腐等中国特色的食品确实是比美国便宜很多，为了实现自己攒钱创业的计划，无奈的蓓蓓只能选择这些食品。

刚开始，蓓蓓觉得这可能是自己回到中国之后恰好碰到了涨价，也有可能是自己存钱心切造成的错觉。但是不久前，蓓蓓偶然上网看到的一个帖子，让她确信了，自己生活的这个环境，食品价格确实高于美国。2010 年 12 月

16日，一位名叫王佩的杭州网友与她生活在美国波士顿的朋友纳纳一起，联手做了一次实地物价调查，并且把自己的调查结果发布在了博客上。王佩发现，在调查的21种商品的价格中，有12种商品杭州贵过波士顿。

在王佩统计的这19种食品和2种能源产品中，超过一半的价格都超过了美国。这张统计表是按照美元兑人民币汇率1:6.7计算的。蓓蓓回来的时候，美元汇率已经跌到了1:6.4。所以这个表中的一些数据可能已经要改写了，例如虾的价格，杭州已经成功反超，而豆角两地则基本打平。

蓓蓓觉得这是一件很不可思议的事情，美国的人均收入是中国的34倍，美国人对于食品生产的标准又高于中国，生产成本也高于中国，美国的食品价格应该也高于中国才对。但是为什么中国的食品价格却高于美国呢？

从统计学角度看，以上的调查只是简单的数据对比，不属于统计学意义上的调查，也缺乏实际的经济学意义。但是这种直观的比较，至少能够说明中国的很多食品价格确实要比美国贵。杭州属于中国消费水平比较高的地区，这里的居民对于食品品质的追求较高，整体物价水平较高也是可以理解的。但是美国的波士顿地区同样属于美国的富裕地区，物价也属于比较高的水平。这种两个高消费地区之间的比较，至少也能说明中国和美国的高收入地区的物价水平。

用生产力的方法去分析中美食品价格的倒挂现象，我们似乎就能找到一些“合理”因素了。美国耕地总面积1.97亿公顷，农业人口约600万，大约人均493亩（1公顷=15亩，后同）；中国耕地总面积1.097亿公顷，



农业人口至少 6.5 亿，大约人均 2.53 亩。凭几十倍、上百倍于中国农民的土地，加上机械化农具，一个美国农民一年的产出可以达到一个中国农民的几十倍。中国的人口是美国的 6 倍，可是美国的农产品数量是中国的 100 倍，那么美国人可以享用的小麦、玉米、猪肉、牛肉、水果难道不该是中国人的几百倍吗？供求决定价格，面对绝对的供大于求，美国的食品价格低廉，也就不足为奇了。

实际上，美国是一个食品的纯出口国，食品出口在美国的出口商品中占有很大比例。即使这样，美国人的牛奶鸡蛋还是吃不完。于是美国就开始深加工，把这些都做成哈根达斯冰激凌，做成快餐汉堡，高价卖到中国。这些东西到了中国，依然被称为食品，但是价格却要高出美国售价的好多倍。所以拜美国所赐，中国的食品价格就更上一层楼了。

中国的食品比美国贵，并不只有单纯的价格这一层因素，还有一层重要的质量因素。美国食品质量高，价格低；中国的食品质量差，价格高。就拿我们日常生活中经常吃的韭菜为例，在美国，所有的韭菜都是用塑料盒子包装的；如何种植、使用多少农药、使用多少化肥都有严格的标准；盒子里的菜都是洗好摘净的，上面有产品代码、物流信息，如果有点虫害、有点腐烂，都可以随时返回市场要求退货。美国这样的一斤韭菜加完税不足 1 美元，大约是人民币 6 元钱左右。那么如果这样一盒韭菜拿到中国来销售会是什么样的情况呢？

首先这种韭菜不会和两元一斤的韭菜一起出现在菜市场上，而是会被摆到超市最显眼的地方。盒子上会贴上各种标签：无公害、免洗、绿色生