

“阿拉伯之春”为何没完没了

近日，叙利亚化学武器危机发酵，美国等西方国家威胁对叙动武，这证明阿拉伯革命还远未结束。中东其它一些国家也不安宁：埃及武力“清场”至数百人丧命；尼斯发生骚乱；黎巴嫩爆炸不断，所有这一切说明，该地区进入了持久的动荡期。

原因一：人口多工作少

许多研究人员都认为，中东专制政权制造了人口爆炸。在1970~2010年的40年里，阿拉伯国家人口增长了近两倍：从1.28亿增加到3.59亿。

人口猛增的原因是上世纪70年代生活质量的显着改善。高油价和苏美两国的技术援助起到了作用，但人口增长超过了这些国家经济体系的承载能力。在苏联突然解体之后，阿拉伯国家在经济多元化方面失去了部分援助。当权者自我宽慰说，我们还有足够的石油。

随着岁月的流逝，他们发现资源型经济的能力是有限的，首先体现在确保就业岗位方面。婴儿潮变成了失业潮。在最新

一轮世界金融危机爆发之时，阿拉伯国家有近41%的人口生活在贫困线以下，其中年龄在20~35岁的人占三分之一以上。年轻人失业率达到30%，这是全世界最高的指标，而在革命时期失业率攀升至50%。

原因二：地区权力真空

世界上，几乎所有地区都处于苏联或美国的严密注视之下。随着冷战的结束，情况发生了翻天覆地的变化，阿拉伯国家不得不独自应对自身问题。

结果，除了对西方及其主要利益最为重要的地区，白人不再增加自身负担。尼罗河流域贫穷的农民、开罗失业的大学生及叙利亚狂热的逊尼派都不得不自力更生。

苏联永远下台了，而美国至少在此次的经济危机结束前无暇他顾。伊朗多年来一直觊觎地区领袖地位，但美国、沙特及多数逊尼派对伊朗什叶派的不信任都在遏制伊朗的野心。沙特阿拉伯一贯持极其

保守的立场，只在极端情况下才会直接干预邻国事务。但在前不久，亲密的穆兄会在埃及被推翻时，沙特的反应仅限于软弱的外交抗议。至于土耳其，伊斯坦布尔夏天所发生的事已证明，那里的“伊斯兰民主”本身还远不完美。还有以色列，起先该国可能没有为“阿拉伯之春”推波助澜，但邻国的动荡正中下怀——都乱起来，就没人会关注这个犹太国家了。

中国传统上不干预自身势力范围之外的内部冲突。总之，只要还没有出现一个强大的外国支持者，中东的稳定就未必能经得起宗教、民族及精英内部矛盾的冲击。

原因三：国家建设失败

阿拉伯国家作为一块巨大的社会试验田，出现的时间尚不足50年。在打着各种通常带有左倾民族主义色彩的政治旗号的同时，专制政权企图打破传统的社会结构，用国家制度取而代之。

但到了穆巴拉克、卡扎菲和本·阿里

当政时，埃及、利比亚及突尼斯社会开始重新使用现代化以前的方式调解社会关系，西方称之为“腐败”。在这种情况下，阿拉伯人不明白为什么还需要官僚国家这种上层建筑了。国家未能发挥其自身最初始的功能，在公民的意识中它不过是社会机体上的寄生虫而已。由此出现社会紧张，演变成了“阿拉伯之春”。

开罗解放广场上，曾让西方心醉神迷的民主口号之所以受到抗议者的欢迎，是因为在这些口号下可以轻松地回到传统的几近部落制的社会组织结构。“自由”翻译成阿拉伯街头语言就是指在没有国家状态下生存的机会。

现在的选择是伊斯兰政体，或者重新回到穆巴拉克式的半军事独裁。前者在埃及、似乎还有突尼斯都没有取得成功，如果后者也行不通，那阿拉伯国家在当前疆域内的生存可能就真的成问题了。

摘自俄罗斯《专家》2013.8.20
文 / 德米特里·卡尔采夫

境外奢侈品店对内地消费者售假

奢侈品，是高价、信誉、品位、珍奇的象征。但是您可曾想到，您背的奢侈品包或是一个A货？业内对A货的定义是：未经过官方品牌授权而进入一手市场直接流通和交易的货品，以及其他的全部假冒仿真类货品，可根据质量和做工，分为超A、4A、3A和普通A货。

一位奢侈品业界“深喉”爆料：境外一些奢侈品专卖店存在“看人下菜单”现象，不少消费者买入的大品牌包包，其实都是A货。

买6个爱马仕包4个为假货

去年，一名郭姓女士在欧洲地区的爱马仕专卖店共购入6个高端包，单价均在45万元人民币以上。而经验证，其中4个为A货。

某一线奢侈品代理商李先生（化名）证实，目前境外奢侈品假货的流通量大于境内，且部分假货的流出地正是各奢侈品品牌专卖店。

李先生介绍，专卖店里之所以会有不同等级的A货，是商家为了针对不同购买意图的消费者，实行有区别的A货政策。具体来说，以礼品馈赠为购买意图的消费者会获得普通等级的A货，而自用型客户则会拿到4A或5A级的A货，这也就是我们俗称的超A货。4A和5A货品的成本较普通A货高，做工及质量方面均较优。

以礼品馈赠为目的的顾客，购买前冲着品牌的经典款而来，他们可能会一次性选购若干个同款产品。购买时较少谈论自身的



排队等候

“品牌心得”及过多询问导购所选款式是否适合自己。购买后，则对货品的包装要求较高。对于这类顾客，导购通常会将普通A货卖予他们。境外商家深知，接受礼品馈赠的一方身份较特殊，一般情况下，即使货品出现问题，他们也不会现身专卖店要求维修或退换。

自用型消费者，是以“少奶奶”和“富二代”为主要代表。购买前，表现激动，举止高调，直奔品牌新款；购买时，会对款式反复挑选和对比，且和导购的互动较多；购买后，为减轻购物负担，时常选择舍去包装盒。这类顾客一般得到4A或5A级别的假货。

李先生表示，若在境外的一线奢侈品门店中，顶级的包最有可能是假的。由于能负担顶级高端包的客户群有限，辨识度较低，顶级包“卖假”不易被消费者发现。然而，畅销款的流通度和人气较高，客户之间时常会对畅销款进行谈论和比较，所以货

品不会太假。

“去年，一帮朋友在外聚餐，其中一位是北京某女明星。她背了一款价值高达70万元的爱马仕女包。以我多年的经验，便知道该包为假货。这款爱马仕女包不仅扣袢内侧出现锈迹，且包体有明显变形，”李先生补充道，“爱马仕真包的品质不会具备以上瑕疵。”

国内奢侈品专卖店是否存在假货库存？李先生笑道：他在内地某三线城市调研时，发现某知名品牌专卖店内假货泛滥，商家甚至明目张胆地将其放在柜台上。其实，中国内地奢侈品专卖店也难证清白，均在不成程度上涉假售假。

专卖店导购视人出售假货

中国香港的奢侈品专卖店也存在一定比例的假货，且售假方式与欧洲相似，都是采取“看人下菜单”的营销策略。

李先生说，香港专卖店柜台上摆放的样包均为真品。但若顾客确定购买后，导购人员从货柜里提取的新包，就存在假货的可能性。

其实，不仅是皮包，手表和服装也存在着相当数量的假货。某知情人士表示，境外门店中，很多高端手表实为二手货，但仍当全新货品在销售。此外，一些品牌为了保证钟表的使用年限和指针行走的准确度，机芯仍采用瑞士机芯，但会在表带上“做文章”。

《上海证券报》2013.9.5 文 / 张枕元

拥堵费国外早就收了

9月2日，一则“北京将征收交通拥堵费”的新闻引发关注。北京市正式发布《北京市2013~2017 清洁空气行动计划》，并规定：市交通委、市环保局牵头规划低排放区，研究制定征收交通拥堵费政策。

事实上，征收拥堵费在国际上并不是新鲜事，它成了不少国家治理交通拥堵、空气污染的手段之一。很多发达国家的空气也经历了一个由差变好的过程，其中的不少经验值得我们借鉴。

拿英国来说，早在2003年，伦敦市政府就开始对进入市中心的私家车征收“拥堵

费”，并将该笔收入用来推进公交系统发展。伦敦现在每年雾天不超过10天，它告别“雾都”恶名，花了近60年时间。不仅制定了世界上首部空气污染防治法案《空气清洁法》，还先后颁布了《控制公害法》、《汽车使用条例》等多项法令，并力推“绿色交通”。

40年前的德国也呼吸不到干净的空气，那时的鲁尔区等工业区，能见度只有几米，一些地方还成了“肺癌村”。如今，德国的空气质量发生了巨大转变，这都归功于上百个“空气清洁计划”。除上世纪70年代制定了一系列法律外，德国力求限制释放

颗粒物的行为：一是自2008年1月1日起，柏林等城市纷纷设立“环保区”，只允许符合环保标准的车辆驶入；二是用技术手段减少排放，例如汽车须安装颗粒过滤装置，若不安装会被征收附加费，而购买污染较小的车辆则将获得补贴；三是征收汽车拥堵费，汽车吨位越大、排量越高、在高峰时段出行等，须缴纳的费用也越高。

芬兰则利用通信技术，通过统计司机和乘客的手机数量，来监测车流量，将拥堵信息提前发至司机手机里，避免拥堵。

《生命时报》2013.9.6 文 / 青木等

厕所是WC？老外听不懂课本英语

这个暑假，杭州一所民办初中的英语老师袁老师，带了一群初一学生去美国游学。

这一路上可谓是趣事多多，有些甚至颠覆了英语课本在他们心目中的形象。

比如第一次听到两个美国人打招呼，问的是“How are you(你好吗)？”袁老师觉得超亲切，这是英语课本上说了几十年的台词啊！她正预备从另一个口中收听“I’m fine, thank you”的标准答案，结果却只听到一句

“Good(好的)”。换成是国内的英语考试，这句“Good”百分百会收获一个大大的“×”。

和老外打交道多了，袁老师发现“How are you”的答案可以说千变万化，简直随心所欲，有人直接吧啦吧啦讲自己的近况。这跟我们平时英语课上教学生讲的，真的是两回事。

当参加游学的中国学生第一次开口问老外：WC(厕所)在哪里？得到的表情都是一脸茫然。英语课本上不是这么写的吗？然

后搜肠刮肚回顾学过的英语单词，接着问：“哎呀，就是toilet！”没想到，对方奇怪地打量他们，皱皱眉头，一副很费力才听懂的样子，才指了指方向。等看到厕所门口的标牌，学生们恍然大悟——在美国公共场合，厕所通常被称为“restroom”。其实很多单词都有不同说法，而且各个国家的使用情况也不一样。“要讲地道的英语，一定要多和老外交流。”这是学生们此行最大的收获。

《钱江晚报》2013.8.30 文 / 沈蒙和

一个中国房奴眼里的美国房地产

2013年初，在美国房地产市场复苏的大背景与中国人在美国买房热的小背景下，笔者也按耐不住，成为80后房奴之中一员。在此以一普通房奴的身份，以一中国人的视角，浅略分享个人观察之一二。

说到中美房两国地产的差异，便得谈谈美国人购房的观念与国人之不同。2008年危机着实给美国人好好地地上了一课——没有只涨不跌的房地产市场，使得有条件的购房者也更加谨慎。与此同时，美国人中几乎不存在结婚前得先买房的中国丈母娘式的逻辑。原因大概有以下几点：

其一，美国的年轻人由于工作变动原因不愿意太早买房而固定于某个城市。且美国的房产交易费用相对高昂，每次出售房屋时，在一般税费之外，卖家还得另外支付6%的房产经纪费用。

其二，美国人个人独立观念较强，大多数人大毕业后即使与父母在同一城市，也宁愿在外租房而不与父母同住，更不用说买房找父母赞助首付这种在许多中国人看来顺理成章的事情。

其三，美国房价相对收入来说不算高。美国家庭收入中位数在5万美金上下，而房价中位数在22万美金左右。也就是说，一个美国家庭不吃不喝，4年多时间就能购买一套住房。与此同时，美国房地产按揭贷款种类繁多，假如购房者信用记录良好，有稳定收入，首付5%也是可行的。所以，美国人没有把买房这事看得像中国人那么重。

虽然美国人与中国人对买房的态度有诸多不同，但二者对拥有自有住房的向往是一致的。孟子所提的“居者有其屋”，也是美国政客常提的口号。一栋有前后院的房子，在美国人描绘的“美国梦”中也是不可或缺的一部分。既然是梦，就不是轻易能实现的。虽然上文提到，平均家庭不吃不喝4年多可以买得起一套房，但美国人不好储蓄也是出了名的。在一个实际收入增长几乎停滞十年、而商品社会发达“只有你想不到、没有你买不到”的国度，对于许多美国人来讲，每月不欠一屁股的信用卡债已是阿弥陀佛感谢上帝了，买房对于不少美国家庭同样是个遥远的目标。

《证券时报》2013.9.4 文 / 肖阳