

“中国GDP超美国”说法不科学

潘 璐

专家论道

简单地用购买力平价方法衡量说明中国已成为世界上最大的经济体并不科学。而且，我国经济正进入新常态，人均GDP尚处在世界中等水平。我们当下要做的是加快结构调整、转型升级、提质增效，有效保护资源环境，切实保障和改善民生，努力缩小收入差距

日前，国家统计局发布了2014年国民经济运行情况。经初步核算，2014年我国国内生产总值达636463亿元，按可比价格计算，比上年增长7.4%。就经济总量来看，这是GDP首次突破60万亿元；如果按汇率换算，则是首次突破10万亿美元。于是，有消息认为，根据联合国委托世界银行开展的购买力平价衡量，中国经济总量已经超过美国，成为世界上最大的经济体。这一观点有很多地方值得推敲，事实恐怕也并非如此。所谓购买力平价，就是按照相同物品的价格水平比较两国货币的实际购买力，并利用这个比率，将两国货币折算为统一货币单位，进而进行经济总量的比较。简单地说，就是一个篮子里装着很多服务和商品，如果购买这同一篮子的商品花了100美元、600元人民币、1万日元，就说明这三种货币及其数值是等值的。但问题来了，不同国家或地区不可能面对一个商品和服务完全一样的篮子。正因为如此，购买力平价方法虽然避免了因汇率调整变化带来的经济总量的高估或低估，但也存在着一定的偏差，还有诸多理论、技术和实际问题需要改进和完善。从这个角度来看，本轮购买力平价可能对中国的物价水平有所低估、对中国GDP总量有所高估了。

市场上的商品和服务成千上万，在购买力平价实际操作中只能选择部分商品作为代表规格品进行比较，且实际情况远比理论上的假想复杂得多。即使同一个国家，不同城市选择相同商品的难度都很大，即使是相同商品，价格差异也很大。所以，简单地用购买力平价方法衡量说明中国已成为世界上最大的经济体并不科学。

有观点认为，CPI同样是选择代表规格品、采集价格进行推算，与购买力平价方法有相同之处。但是，首先，CPI作为反映一个国家、地区最重要的统计指标，其理论、技术、方法已趋于成熟，各国统计机构投入的人力、物力、财力相对有保障，代表规格品数量多、覆盖面广，采价频率高；而本轮购买力平价，从地域和规格品的覆盖程度到价格采集的频率，都远不能与CPI相比。其次，CPI首先用于自己与自己的纵向比较，且有本地居民消费支出结构作为确定权数的依据。由于纵向可比，横向比较也就有了一定的意义。而购买力平价的目的本身就是横向比较，其难度大大高于CPI。因此，CPI早已被世界各国广泛应用，而购买力平价尚在部分国家和国际组织中开展，且还需要在实践中探索并完善。也正因为如此，整个世界及各个国家的经济总量都是按照汇率法进行计算和发布的，尽管这种方法存在一定缺陷；购买力平价的方法尚难以在同样范围内做同样的事情。来自世界银行数据库的数据显示，2013年，按汇率法计算的GDP，中国是9.24万亿美元，美国是16.8万亿美元。如此悬殊的差距，要通过一种尚在实践中探索的算法将其颠倒、逆转，是不是有点儿太任性了？

基层理论宣讲的鲜活教材

——评通俗理论读物《法治热点面对面》

黄丰宙

党的十八届四中全会作出关于全面推进依法治国若干重大问题的决定。作为一名基层理论工作者，读到中宣部理论局编写的《法治热点面对面》感到受益匪浅。这本书面向基层读者，将一些抽象的法治理论从大众视角讲清楚、说明白，读起来过瘾，学起来带劲，是一本权威与通俗相融合、理论与实践相贯通的理论读物，是我们基层理论宣讲的好帮手、活教材。

这本书旗帜鲜明聚人气。将依法治国的总目标，形象地称之为法治中国的恢宏大厦。建好大厦，要夯地基、立支柱、科学施工，依靠全社会的共同参与。在讲述“法治中国梦”时，提出要实现中华民族伟大复兴的中国梦，必须靠法治作保障。用“合脚的鞋”和“削足适履”的对比，说明我国必须走自己的法治道路的道理，不能全面移植，照抄照搬。在阐述十个重大问题，围绕是什么、为什么、怎么看、怎么办，详细解读，层层递进，说理通透，并将治国理政的大事变成“拉家常”、“说家事”，一下子就吸引了读者。书中字里行间把“法治为民”的理念贯穿每一章节，饱含着强烈的为民情怀，将法治融入到群众一点一滴的生活中，拉近了同群众的距离。

这本书直击时弊树正气。基于对十八届四中全会精神的深刻理解和准确把握，该书坦率地指出了我国法治建设中存在的一些问题，体现了实事求是的作风，并提出解决这些问题的路径，既注重顶层设计，从体制机制上解决问题，又注重基层实际，从人民群众的呼声中解决问题。在基层一些地方，少数行政部门履职存在越位、缺位、错位的问题，群众盼望政府能做什么、不能做什么要于法有据、明明白白。对此，该书做出回应，推行政府权力清单，法定职责必须为、法无授权不可为。同时针对“人治还是法治”、“司法公平正义”等话题，澄清了一些错误和模糊认识，引起强烈共鸣，充满了正能量。

这本书形式活泼接地气。理论的大众化、通俗化决定了理论传播效果。该书力求用群众语言、用群众喜闻乐见的方式诠释大道理，并配以插图、微评、链接等多种栏目，让各年龄段、各层次的读者都能读懂弄通，做到“开口能讲、脱口而出”。如从“中国式过马路”，延伸到全民守法；谈到宪法是根“天线”，关键是要接“地气”，将百姓最为关注、涉及切身利益的法律问题，讲到了老百姓的心窝里，给人温暖，给人力量。（作者系湖北省武汉市武昌区水果湖街居民）

思 辨

“动真格”整顿违规高尔夫球场

刘志奇

10多年来高尔夫球场违规建设问题屡禁不绝，其实是“上有政策下有对策”的一个缩影。在当前落实中央八项规定、从严反对“四风”等要求下，相关部门应抓住难得的契机，“动真格”清理整顿高尔夫球场

有媒体最近披露，自2004年1月国务院下发《关于暂停新建高尔夫球场的通知》以来，全国高尔夫球场数量不降反升，已由2004年的178家增长至2013年的521家，其中相当一部分属于违规新建。

屈指数来，以《关于暂停新建高尔夫球场的通知》为时间起点，截至目前，中央有关方面围绕违规建设高尔夫球场已连续下发11道“禁令”。应该说，高尔夫作为一项运动项目，在适当的范围之内予以发展，本身并无不妥。然而一些违规高尔夫球场超出环境承载力、消费能力“野蛮增长”，并且往往成为腐败的温床，这种状况则不能不令人担忧。

11道“禁令”何以管不住违规高尔夫球场？这主要是因为禁令没有真正得到督促落实，停留在纸上。由于个别地方政府和投资者“穿一条裤子”，千方百计以其他名义建设高尔夫球场。特别是，权钱交易之下，个别政府官员和国企高管成为高尔夫运动的消费主体，在权力的荫庇下，即便明知“违规”，一些高尔夫球场也安然无恙。可以说，这10多年来高尔夫球场问题反映出来的，其实也是“上有政策下有对策”的一个缩影。

在人均土地资源十分贫乏的国情下，一个高尔夫球场，动辄占用上千亩的土地，耕地往往成为其中的重要部分。这也是国家向违规建设高尔夫球场多次亮出“红牌”的主要原因。更多人可能不了解的是，高尔夫球场的“罪过”除了占地之外，其与稀缺的水资源之间一直也是一组绕不开的矛盾。以一个18洞的标准高尔夫球场为例，由于其植被主要是禾草，保持水土能力较差，在降雨充足地区每天约

需灌溉淡水1200吨，而在干旱缺水地区则需多达4000吨。这样的耗水量是个什么概念呢？平均下来约为同等面积谷的40余倍！此外，高尔夫球场不仅需要大面积的土地，更对草种质量要求很高，往往需要铲除地表层的土壤及地大量的野草、树木等，然后再人工配制设计新的土壤结构并种植草皮。这不仅让土壤变得脆弱，原有的自然生态系统也可能遭到破坏。

令人欣慰的是，多年“禁”不住的违规高尔夫球场，如今有了彻底整改的新契机。随着中央八项规定、从严反对“四风”等举措持续发力，很多球场生意“一落千丈”。多部门联合清理整顿高尔夫球场越来越“动真格”，地方治理也对高尔夫球场形成压力。例如，北京将高尔夫球场列入禁建目录，原先合规建设的高尔夫球场纳入特殊用水行业管理，水价大幅飙升，等等。因此，相关部门应抓住难得的契机，彻底治理高尔夫球场多年存在的违规建设问题。一方面，将违规建设的高尔夫球场一律取缔，以维护相关法律法规的权威和公信力；另一方面，即便是经过正规审批的高尔夫球场，也应该对审批环节再审视，看看当时的审批有没有问题，防止高尔夫球场建设反弹。

其实，很多违规现象并不是管不住，而是有没有真的去管。以往一些大张挾伐的禁令，之所以会沦为一张废纸，无非是一些官员在观风向、察颜色而已，而一旦中央动了真格，效果立现。这说明，只要管住了权力并令行禁止，就鲜有管不好的事情。

内外勾结



朱慧卿作

一次例行的年终对账，让东风汽车公司发现，自己单位的一亿元银行存款“不翼而飞”。调查发现，相关资金是被社会人员李某某勾结银行工作人员给挪用了。近日，湖北省高级人民法院公开审理了这起案件。银行存款“不翼而飞”，不仅给储户带来经济损失，而且对银行信誉也带来不良影响。这起案件中，银行工作人员受利益驱使，违规转出资金，正是银行存款“不翼而飞”的关键。希望广大银行能引以为戒，加强内部管理，采取更有效的监督和防控措施，确保储户资金安全。（时 锋）

网友评说

老字号牵手洋品牌

拥有超过150年历史的中华老字号——天津狗不理集团日前宣布，成功获得澳大利亚最大咖啡连锁品牌高乐雅在中国的永久使用权，双方将采取连锁经营的方式拓展咖啡消费市场，预计今后5年新开连锁门店200家。

- ①兔小白美：允许肯德基卖油条、豆浆，不准包子铺卖咖啡么？大惊小怪。
- ②为求一公：传统行业要创新，创新才能促发展。只是不要走高端化路线，要让普通老客也能进。
- ③雁沉影：中西合璧，感觉有点儿不伦不类，不过没关系，习惯了就正常了。

叫停烟熏腊肉

重庆主城区1月20日起集中整治烟熏腊肉、露天焚烧和柴火鸡餐饮等。重庆环保局表示，烟熏腊肉、露天焚烧等产生大量烟尘粉尘，严重污染大气环境，将全面禁止烟熏腊肉、露天焚烧等行为。

- ①马贺109：雾霾是近几年才出现的，熏腊肉柴火鸡是多少年的传统了。就像大家吃烧烤一样，以前吃烧烤怎么没烤出雾霾？重点应该放在工业减排上。
- ②Rebecca_CQ18：重庆冬天潮湿，总是阴天，污染物不容易扩散。城市里熏腊肉就像抽烟，不能只顾自己，得注意别妨害周围的人。
- ③小蝈快快跑：应该想办法改进烟熏技术降低污染，而不是取缔这一传统美食。

“大妈拆迁队”

继艾滋病拆迁队之后，近日，河南商丘市柘城县又出现一支“大妈拆迁队”。她们采用骚扰住户，强力破坏门窗的方式，让拆迁居民不堪其扰。据悉该拆迁队成员都是中年妇女，已经多次参与当地拆迁。

- ①Lizzie：真是无所不用其极。拆迁队跟住户有多大的仇恨，需要想出这么“奇葩”的方式来解决问题？
- ②陈妙妍：大妈不能为了钱啥事都干呀，你们也有家有房，今天你拆别人的家，没准哪天别人也拆你们的房。

欢迎读者就热点经济话题发表评论、漫画，来稿请发至：mzjjgc@163.com。

本版编辑 牛瑾 马洪超

朋友圈“插播”广告更需用户匹配

陈 静

微信朋友圈官方广告近日终于到来。对于微信来讲，想继续保留住用户的忠诚度，就必须充分考虑广告对用户的影响。主要是，要精准投放广告，做好用户匹配；认真考虑广告的数量和形式；加强对朋友圈“乱象”的清理

伴随着6张黑底白字的图片，微信朋友圈官方广告近日终于到来。一项关于“你怎么看微信在朋友圈插入信息流广告”的网络调查显示，截至1月22日下午4点，占比86.8%的2733位网友投票选择“不能接受”，还有网友调侃，“我能把广告拉黑吗？”来自用户端的普遍说法是：朋友圈的“免费蛋糕”时代结束了。

微信的商业化一直是业界关心的问题，无论是腾讯投资京东并为其开设一级入口，还是拍拍网在微店上的布局，以及微信公众号体系对企业本地服务的种种尝试，其实都是微信在商业化上的诸多探索之举。不过，移动电商的转化率却不尽如人意，O2O服务尚属烧钱培育期，在这两方面获得分成和增值服务收入已无法“填饱”腾讯的“胃口”。从另一方面来看，广告始终是社交网站最

主要的盈利模式，新浪微博广告和营销在2014年第三季度的营收中占比达到77.8%，对于坐拥4.68亿活跃用户的微信来说，放任海量流量白白流失简直就是“身入宝山而空手归”。由此看来，朋友圈广告已不可避免。

只是，对于微信来讲，想继续保留住用户的忠诚度，就必须充分考虑广告对用户的影响，至少要做好以下几件事。一是精准投放广告，做好用户匹配。其实，广告本身并非没有信息量，只有与用户毫无关系的“狂轰滥炸”才会真正形成骚扰。移动互联网在大数据技术上的进展，可以判断出每个用户的地域、性别、年龄甚至行为爱好和消费习惯，在朋友圈广告的展上，应将合适的内容推送给合适的人。二是认真考虑广告的数量和形式。按照微信官方的回应，朋友圈广告

“是第一款由用户来决定是否存在的广告”，也就意味着如果用户不感兴趣就可以自主关闭。但对于“超级入口”微信来说，仅仅提供“免打扰”并不够，还要考虑创新广告形式，比如与地理位置信息结合，推送用户附近商家优惠券等，让广告真正“有用”。三是加强对朋友圈“乱象”的清理，借官方“驾到”之机，对如今朋友圈的种种营销行为进行规范。其实，无论是企业公众号的集赞抽奖，还是真假难辨的贴图式微店，已经给朋友圈的用户体验带来了伤害。既然如今官方找到了“生财之道”，普通用户自然也就希望它“拿钱办事”，让朋友圈的生态更加健康。“广告，也可以是生活的一部分”是首条微信广告的广告语，果真如此，还是未来只能皱着眉头刷朋友圈？让我们拭目以待。