



### 《纽约客》

2013年4月29日刊

## 《纽约客》：地下经济在扩张

根据经济学家埃德加·菲戈的研究，去年美国人没有向国家税务局报告的税收达2万亿美元。争取此收入的不是毒贩或黑社会，而是数以百万的“地下”工作者：保姆、理发师、网页设计师和建筑工人，他们的收入从不记入账目。菲戈称地下经济最大的特点就是现金交易，它无迹可寻，无帐可查。没有银行账号的美国人比例很高，并且还在上升。地下经济活动还很好地揭示了目前经济状况谜团：即使美国官方公布的就业比例大幅下降，并且家庭收入仍比2007年的数字要低得多，但个人消费额却比经济危机前要高，零售额也不断增长。研究显示地下经济在过去几年持续稳定地增长。1992年，国家税务局估计政府损失了800亿个税收入，2006年，这一数字为3850亿美元，几乎是1992年的5倍。

菲戈认为，人们涌向地下经济的动机，一是对政府的不信任，二是避免政

府对执照的管理，更重要的是工作方式的改变。企业已经习惯当需要人手时扩大招聘，当订单完成后便裁员，加州接受调查的30万名承包商中，有2/3表示没有直接雇员，这意味着他们不需要为工人买保险和付工薪税。新一代年轻人习惯于自由的工作方式，这让他们更喜欢“地下”工作。他们也不那么在意保障性，认为保障性等同于纪律。另外，服务业在经济中的地位愈来愈重，保姆、瑜伽教练、保洁员更多地以现金结算工资，这也让国家税务局很难追溯。

地下经济规模的增长意味着经济状况比我们想象的要好，但其危害也显而易见。如果企业不支付工薪税，不为工人的保险买单，竞争对手也很难会遵守法规。另外，地下工作者没有社会保障，一旦被裁员，没有任何补偿。而且一旦逃税人数达到一定规模，人们对税务系统的信心将崩塌。



### 《巴伦周刊》

2013年4月22日刊

## 《巴伦周刊》：唯品会，伪品会？

唯品会是中国最大的互联网折扣商城，拥有2680万在线用户。去年，唯品会利润同比增长三倍，达到6.92亿美元，在第四季度实现盈利。在2013年，分析师预计利润将达到14.2亿美元。中国人很喜欢品牌却又想买便宜货，结果是中国高仿品和伪劣产品盛行。唯品会最初定位为高端产品，例如普拉达和LV，但消费者怀疑是假的。随后，它调整为中国的中高端品牌，并表示将提供100%的品质保证和7天无条件退货。

一家叫做迈克·夏伯帝的红酒商最近惊讶地发现唯品会贩售贴有“迈克·夏伯帝的新梦想”的T恤。他的确将自己的名字印在衣服上来推销红酒，但从未放在网上贩售。夏伯帝表示正在调查是否存在商标侵权问题。在第二次募股说明中，唯品会承认它已经某些出售的物品

为高仿品或者没有取得授权。唯品会销售Zippo打火机，但有些打火机有粘上的标签，还有的图案连Zippo打火机的经销商也不认识。Zippo相关人士看过网上的图片后认为，这些打火机可能是由日本或其他国家非法生产的，但没看到实物无法给出结论。Zippo称，唯品会不是其官方授权经销商。寇驰在唯品网商品有三页，但据寇驰官方消息，中国大陆地区唯一的授权经销商为寇驰官方网站和90多家专卖店。寇驰发言人称正密切地与法律部门联系主张其正当权利，但拒绝评价唯品会。

第二次募股的相关文件显示唯品会意识到了销售高仿品的危险，并表示正确保官方授权。唯品会表示，2012年退换货产品较2011年有所下降。退换货商品较多可能会减少收入，增加成本。