中央禁令掀台挂历退单潮：

商家："现在收退单收得想哭"

新华网杭州12月22日新媒体专电（"中国网事"记者周竞 韦慧）"今年年前轻松了不少，不用像往年挨家挨户去送台历了。"杭州一家国有银行的客户经理谈起中央禁令，觉得很"赞"。

他说，其实客户也不一定喜欢台历，只是以往大家都在送，自家企业要是不送，就显得不好看，"现在大家都不送，反而更好，减少了浪费。"

今年10月31日，中央纪委发出《关于严禁公款购买印制寄送贺年卡等物品的通知》。记者走访发现，当下公款订购台挂历送礼的现象基本消失，随之国内台挂历市场也萎缩了大半。不少相关企业感叹，靠公款消费赚钱的时代已过去，需要谋求转型。

义乌是浙中地区规模最大的台挂历、年画商品的集散地，往年这个时候正是销售旺季，而今年，相关商家一脸愁容。

"以前是接订单接得手软，现在是收退单收得想哭。"义乌一家不愿意透露姓名的小企业主说，今年至少损失上百万，"一仓库的台历都成了废纸"。

"银行的、政府机构的，都退了。往年我能卖出去差不多500万个台挂历，今年只卖出了200万个。"这个企业主说。

按照台挂历行业的常规安排，春天的时候厂家已经开始设计、打版，七八月份接收订单，而到了十月份，基本已经印刷完毕，就等着给客户发货。十月底的中央禁令，引发了这个产业的退单潮。

义乌市文化礼品行业协会会长金景喜介绍，义乌生产台挂历等相关企业有一两百家，初步估计此次总损失金额至少上亿元。

金景喜告诉记者，近年来，贺卡、台挂历市场一直在萎缩，社会销量较少，一般都是政府机构，电信、移动、邮政等国有企业，以及国有银行、国有性质的保险公司的广告、宣传、维护客户用途的订单。

"过分依赖公款消费，所以摔得很惨。"一位业内人士说。

浙江省苍南县被称为"中国台挂历之乡"，中国75%以上的台挂历产于此，有相关企业两百多家。记者从苍南县台挂历行业协会了解到，当地原本有三四成的台挂历是销往机关企事业单位以及金融机构的，现在这部分订单基本都退了。四五十家大中型台挂历企业中，有部分企业库存积压超千万元，小型企业也普遍积压几十万元的货。

记者了解到，一些企业已打算转行生产其他产品，比如印刷包装盒、包装纸、手提袋，并努力扩大出口。

不过并不是所有的企业都惨淡，苍南县开峰纸塑制品有限公司就没有受到太大影响。该公司的业务经理林宏暖说，他从去年中央发出八项规定的时候，就已经意识到，企业不能再过分地依赖公款消费，所以今年自己挖掘的订单中绝大多数是民企。

"毕竟台挂历是中国的传统文化，老百姓的需求还是有的，所以这个行业并不会消失，只是企业的确需要转型。"林宏暖说。

记者调查也发现，民间台挂历市场空间依旧很大，如在网上，个性台挂历卖得很红火，淘宝网在过去一个月卖出了上百万份台挂历，销量最好的一个店铺卖出了近五万份。

浙江省社会科学院调研中心主任杨建华说，中央纪委的"禁令"对于党的作风建设、公仆形象的树立、社会风气的转变以及如何更好地把纳税人的钱用好，有很大的促进作用。

"相关企业应该意识到并及时转变生产服务对象，走向家庭、普通老百姓等大众消费，真正地转向公众市场甚至国际市场，在竞争中谋求长远发展。"杨建华说。 （来源：新华网）

12月18日，银川市东方商城一家主营台历贺卡的商铺挂出了打折处理的牌子吸引顾客。"公款贺卡"禁令出台后，宁夏银川年历贺卡市场销售遇冷，单位、企业大量购买贺年卡、年历、明信片的情况今年基本消失，顾客以散客为主。银川市各商城内销售贺卡年历的商家生意冷清，部分商家开始降低零售价格。 新华社发

调查显示：

大陆游客认可台北的人文素养和人情味

据新华社台北12月22日电（记者何自力 查文晔）一项"大陆游客对台北市印象及观感调查"22日公布结果显示，大陆游客到台北市旅行后对于"人"的印象深刻。高达8成的受访者对台北市旅游满意或非常满意。

在两岸三地都有旅游经历的受访者认为，台北市以"人文素养"和"人情味"在旅游评价上胜出港澳及大陆许多城市。此项调查抽样调查了从8月到10月间造访和未曾造访台北市的大陆民众，两岸有效样本共3223个。

据台湾旅游观光部门介绍，大陆为台湾第一大观光客源市场，1至11月大陆来台观光人数已超越去年258.6万人次。预计全年大陆旅客将逾275万人次。来台湾的大陆游客超过98%以上会造访台北市。

该项调查主持人台湾大学张佑宗教授分析说，69.3%的受访者对台北市的"人情味"富有印象，对台北市长的认识度也达到42.19%。有逾8成的受访者对台北市旅游经历满意及非常满意，台北市在环境保护、文物古迹、旅馆服务、导游服务、公共设施、环境整洁等方面获得了受访者"非常满意"的评价。

调查显示，受访者认为最值得向亲友推存的台北游景点分别是：台北故宫博物院（38.2%）、台北101大厦（16.7%）及夜市（8%）。

5037万元天价拍品 苏轼《功甫帖》被指"伪作"

最终真假结论尚无眉目

据新华社上海12月22日专电（记者孙丽萍）中国收藏家刘益谦今年9月从纽约苏富比拍卖行以5037万元人民币竞得的苏轼《功甫帖》，被上海博物馆书画专家指认为"伪作"的消息在网络上引发关注。记者采访了解到，由于拍方、藏方并不认为是假的，而质疑方尚未正式回应，苏轼《功甫帖》"真伪之争"尚无眉目。

《功甫帖》是宋代文豪、书法家苏轼写给友人郭功甫的告别信，据称长期流散海外。该作品虽仅书有"苏轼谨奉别功甫奉议"九个字，但用笔沉着、一气呵成、神采飞扬，历代书家对其评价甚高。

上海博物馆是中国古代书画收藏和研究重镇，馆藏苏轼《祭黄几道文卷》《答谢民师论文卷》等多件重要书法真迹。日前，上海博物馆书画研究部研究员钟银兰、单国霖、凌利中向媒体透露，苏富比的这件《功甫帖》拍品，不是原作，也非原作钩摹，而是晚清时期"双钩廓填"的伪本，钩摹自晚清鲍漱芳辑刻的《安素轩石刻》，存在不少"匪夷所思的用笔和笔触"。

22日下午3时左右，苏富比发表声明称：坚持《功甫帖》为宋代诗人苏东坡的作品，尚未收到上博的研究报告。苏富比亚洲区总裁程寿康表示，一旦收到报告，将针对其所提出的问题做出回应，同时也保留对此事件的所有法律权利。

作为当事人的藏家刘益谦22日下午也对记者表示，上博专家站在国有博物馆的立场上，对一件"拍品"发表学术意见，有助于还原其真伪原貌，令人期待。"我不是钱多、人傻。买苏东坡的东西，这么大一个名声，如果稍微有争议，我都不会去碰这样东西。"刘益谦说，他期待上博专家和苏富比在学术上举证《功甫帖》真伪。

截至记者发稿时，上海博物馆3位专家已谢绝一切媒体采访，表示一切以此前发布的消息为准，也会公布关于苏轼《功甫帖》的学术研究报告。

另据记者从上海市文物部门了解到，刘益谦从纽约苏富比拍得的这件《功甫帖》，在完成交割后眼下已运抵上海自贸区艺术品保税区，处于托管状态，尚未缴税，或将静候中外专家"问诊"其身份。

新华视点

高消费疲软的背后

——年末盘点部分消费品市场

党中央八项规定公布以来，各地公务部门和单位的高消费行为有所收敛，一些高档餐饮、高档酒店、高档烟酒的生意颇受影响，其中多年"牛气冲天"的奢侈品销售明显下滑。一些业内人士担心，部分消费品市场疲软，会不会影响到经济发展？记者为此走访了相关单位和企业负责人。

反浪费风潮起 奢侈品遭重挫

随着反浪费和群众路线教育活动的深入，监督机关对于公款消费行为的监督力度不断加大。近日，中央纪委对黑龙江省副省级干部付晓光等10起涉及公款消费等违反中央八项规定精神的典型问题进行了通报。

根据市场研究机构贝恩的最新数据，2013年中国奢侈品消费增速预计仅为2%，比2012年的7%还大幅下降。而此前几年，中国这一市场的每年增速超过30%。

贝恩的报告披露了中国奢侈品市场从极度繁盛到增速放缓的几大因素。例如，礼品馈赠历来是奢侈品消费的重要组成部分，2013年中国政府推进的反腐倡廉工作对此影响颇大，腕表和以男士消费者为主的品类增长受挫尤为显著，原先成为消费主力的男士腕表暴跌11%。

有着近十年名贵腕表从业经历的马小姐告诉记者，国内高档腕表市场最大的变化就是"反腐带来的冲击"。一方面以往公款送礼减少，使一些大牌腕表销售受到冲击；另一方面，自"表哥"杨达才被查处后，市场受到影响，"不但不敢送，而且不敢戴。很多品牌开始加强管理，以前为了适应中国市场公款消费特点的'模糊开发票'方式受到遏制，销售业绩立马下滑"。

记者18日在上海国金中心的多家奢侈品门店看到，虽然已是中午，但几乎每家门店都鲜有顾客，显得比较冷清，几个工作人员无所事事地坐在橱窗内聊天。

还有奢侈品销售人员告诉记者，今年政府方面"反对浪费"，许多单位的年终抽奖及送礼活动减少，往年的公款消费热潮不见了。"一些单位想来买，一问发票不能开礼品，掉头就走了。"

没有公款消费的支撑，部分消费品交易疲软。法国利口酒和烈酒集团人头马君度就发出预警，由于欧洲经济的不确定性和中国销量的"急剧"减少，集团全年营业利润将至少下降20%。

报告显示，20个全球奢侈品品牌在中国市场的新店数量已从2012年的150家左右减少至今年的100家左右，下降幅度约占三分之一。

"高消费"与"公款消费"是孪生兄弟？

记者调查发现，一些奢侈品销售采取"入乡随俗"开发票的办法，迎合大量的公款报销需求，背后隐含着公款浪费，甚至权钱交易和变相行贿。

自从党中央八项规定公布后，一些国际品牌企业感到风声趋紧，开始在内部通知，要求不准乱开发票，而今年的规定更加详细。"实际上卖什么产品开什么发票是国际惯例，只不过中国客户有特殊要求，一些大牌也就'随行就市'，大量开出'礼品'甚至'办公用品'等发票，以方便公款报销。"一位奢侈品销售业内人士说。

腕表业内人士马小姐说，严查公款消费以来，中低档的腕表市场基本没有受到冲击，用于收藏的超高档腕表市场也没有受到影响，但以往比较活跃的五六万元至十多万元的腕表市场受到明显冲击，实际上也是送礼比较密集的区域。很多品牌都清楚八项规定带来的冲击，只是心照不宣。

一位大型国有企业负责人告诉记者，以往奢侈品是企业向上级领导送礼常见的选择，而且发票开成"礼品"也容易报销。本来就有业务接待费这一项，开成"办公用品"更是神不知、鬼不觉。一些国有企业还有"三产"，这些发票一般不在国企报销，而是在下属集体企业报销，走账更容易。

一家瑞士著名手表品牌专卖店工作人员说，如果想报销，发票可以开成"维修费"或者"配件"，抬头是"某商业有限公司"，肯定可以入账。"我们的客人有入账的需求，这么开就可以报销。"

据介绍，岁末年初是各大品牌争夺的购物季。今年12月，20万元左右的腕表，基本每个星期都要卖掉几只。能保持这一水平在八项规定形势下已经相当不错，同类品牌基本上多少有所下降。"前几年一些顾客定制要求，表盘要有钻石，连表带都要有两圈钻石，一定要够闪。而从去年开始，顾客的需求就是要低调。"

繁荣消费市场 岂能依靠公款？

反腐专家指出，奢侈品消费要求更时尚、更考究、更精致，而在我国，由于价钱昂贵，送礼体面，奢侈品成了权钱交易的"润滑剂"，也吸引了一些公务单位和公款资金的介入。整治依靠公款拉动的畸形消费市场，斩断变相行贿的"灰色之手"，对于转变干部作风具有重要意义。

上海从事活动会展的张先生说，利用奢侈品送礼的事情时有发生。特别是举办活动需邀请上级领导出席，总是要备些礼品"意思意思"。有的领导甚至暗示下属送礼品的品牌、款式，上万元一只的皮包算是便宜的，有时一买十来只。"这种风气也给企业带来很大负担。"

中国消费市场不能依靠公款拉动。"如今的高端餐饮门可罗雀，而大众餐饮日益火爆。"上海市商业信息中心主任齐晓斋说，八项规定促进了服务业转型，将畸形消费的泡沫挤出，有利于理性需求的回归。

（新华社上海12月22日电）