

“新冷战”的责任 拜登须与特朗普共担

拜登在联大的一般性辩论中再次表示美国“不寻求一场新的冷战”，不过他一边煽情地谈论新冠疫情、气候变化等人类共同挑战，一边绵里藏针，将演讲的锋芒对准中国。比如他在台上并列谈及航行自由、遵守国际法和条约、提高透明度的军控措施，都对应了美国长期对中国的指责，并为美方的挑衅辩护。

拜登的这篇演讲是美式政治虚伪的一次生动演示。近来连盟友们都反目领教了华盛顿的自私与背叛。美在阿富汗撤军及成立美英澳三方联盟“奥库斯”两次牺牲欧洲利益，让欧洲人痛感拜登路线与特朗普的“美国优先”实为“一路货色”，其所谓回归联盟路线只是给自己立的一块牌坊。

全世界都在谈论“新冷战”，联合国秘书长古特雷斯亦表达了自己的担忧，是大家的感觉错了吗？当然不是。而导致新冷战扑面而来这一强烈印象的所有变化和冲突都是美方挑起的，人们的这一疑问也绝大部分投向了美国官

员。用中国的一个典故来说，华盛顿宣示“不打冷战”就是“此地无银三百两”。

冷战是坏事，不得人心，拜登团队看来看去是知道的。他们说一套，做一套，一口一个“激烈竞争”，信誓旦旦“不打冷战”，是把形成冷战的责任往中国头上推，让中国为新冷战背锅，他们自己占据“反对冷战”的道义高地，以便于进一步搞国际反华动员。

让我们看看华盛顿究竟在做些什么，它们究竟是“竞争”还是“对抗”，是不是在把世界朝“新冷战”的方向推。

首先，在政治上，拜登政府延续了特朗普政府后期极力宣扬的二元对立，宣称美中冲突是民主自由与“专制强权”的对立。拜登政府不仅将民主体制的“志同道合”挂在嘴边，还史无前例地准备在今年底召开“民主峰会”，赤裸裸地要把世界分裂为所谓“民主”和“非民主”的两半。

第二，在经济上，拜登政府也延续了前届政府的全部贸易战政策，而且继续加码，强化中美技术和关键产业的脱钩，

推动建立将中国排除在外的供应链。这被广泛称为“技术冷战”，其目的就是要开展全面新冷战铺垫经济基础。

第三，在军事上，美国针对中国的结盟政策变本加厉，它极力为四方机制注入以中国为目标的军事合作内容，引诱欧洲盟国向中国周边投射军力，最近又冒天下之大不韪宣告成立奥库斯，帮助澳大利亚建立核潜艇巡航能力，对加剧西太平洋的军事紧张毫无顾忌。

第四，美对台湾海峡、南海热点地区的升温不断添柴加油。它鼓励台湾蔡英文当局走对抗大陆的冒险路线，并在南海赤膊上阵，不断派舰艇离中国岛礁临近海域挑衅，这些行为发出极其危险信号，无异于给整个局势制造爆炸引信，加剧了国际社会对中美终将摊牌的担心和预期。

美国一边这样干着一边声称不想打冷战，谁会信？整个中国社会不信，全球舆论不信，恐怕美国国内相信拜登政府不是在发动冷战、并且有能力将所谓“中美竞争”控制在一个“合适水平”

上的人也很少。

从特朗普到拜登政府共同毁掉了中美合作为主的大态势，推动形成了美与中国冲突为主的另一全局性面貌，拜登团队现在又想用几句漂亮话给严重下行的中美关系当制器，事情哪有这么简单？中美关系庞大而严肃，岂是他们可以从自身政治利益出发精巧调控的一场游戏？

我们想说的是，真正不想打冷战的是中美两国社会和人民，北京反对新冷战，恐怕只能寄希望于人民的力量大于美国政府和部分政治精英逆时代潮流的操作能量，时与势最终给华盛顿的恶劣企图打“不及格”，否定、限制它的破坏力。

最后我们要请拜登总统和他的团队诚实些，也现实些。他们构建不起遏制中国发展的“印太版北约”，更达不到遏制中国的终极目标。无论用什么标签称呼他们所做的这一切，这套把戏终将失败，这个结论一定错了。

（据《环球时报》）

网红书店有“颜值”还须有“素养”

时下，一批爆款网红书店不断涌现。褪去精致的外壳，诸多问题也浮出水面：网红书店怎样才能真正俘获消费者内心？网红书店红得快，如何才能红得久？

一些实体书店拼“颜值”，空间设计上豪华新潮，却陷入“叫好不叫座”的尴尬境地。这些“网红书店”里的书不再是重点，而是拍照的“道具”，书店则成为人们点缀虚拟社交的一种娱乐消费品。

对于实体书店来说，这些年的日子实在是不太好过。实体书店的优势在于能给读者带来深度的阅读体验。书店有其商业上的属性，只有顾客与书产生的交集越多，价值才会越大。所以，实体书店的经营困境，不在图书本身，而是经营者的思维方式。不管书店“颜值”有多高，如果没有系列读书活动，没有丰富的读书体验，也会失去吸引力。

网红书店，不能只有“颜值”，还需要“素养”。应通过创新经营模式，吸引更多的年轻人走进书店，提高实体书店的市场竞争力，推动书店焕发新的活力。对于书店的发展来说，光卖书或租书，不可能存在竞争力和生命力。未来书店的形态将会发生一些变化，专业卖书、租书的书店将会大幅减少，而复合型书店会不断增多。

具体来讲，实体书店应探索出一条以学术交流、文化沙龙等为主题的文化创意品牌经营模式，为读者搭建一座可供开放、探讨、分享的公益性文化平台。

（据《北京青年报》）



记者从沈阳市人力资源和社会保障局获悉，为进一步稳就业、保就业，今年以来，沈阳市已累计为4.9万户参保单位发放稳岗返还资金2.14亿元。

所谓稳岗补贴，是政府为了稳定就业岗位、鼓励企业不裁员或少裁员而对企业发放的补贴。稳岗补贴从失业保险基金列支，是失业保险基金预防失业、促进就业功能的一种体现。新华社发

稳岗补贴



中央第二生态环境保护督察组近日在山东省督察时发现，一些地方违规审批矿山开采，“绿色”矿山创建有名无实，部分矿山开采导致生态破坏严重，环境问题突出。新华社发



莫打着“文创”旗号卖包装

在新修订的《限制商品过度包装要求 食品和化妆品》强制性国家标准发布后，有媒体记者近日探访北京部分商超时注意到，市场上一些“套娃”式礼盒月饼等依然存在，而从包装到尺寸，“大盒配小饼”现象也仍较为普遍，很多包装价值超过月饼本身，网红“文创月饼”系成过度包装“重灾区”。

如今市面上一些所谓的文创月饼，大部分重量都集中在月饼外包装上，里外几层堆积上一些中秋诗句，再配上了硕大的牡丹画，饼仅占据很小的空间。买来送给老人，老人会觉得是糟蹋钱；送给年轻人，年轻人也未必从中看出其个性化的涵义。

进一步说，这些“文创月饼”的文创，在很大程度上都有可替代性。只

要对设计略加改动，就可以用到端午节、春节等节日的礼盒上。比如把吟诵中秋的诗歌改为端午节题材的诗，把牡丹改为荷花，便又成了文创粽子。所以说，所谓收藏盒子只是一厢情愿，藏得多了，就会发现，这些盒子都是“近亲繁殖”。

这并不是说对“文创月饼”不能多一点包容，关键是它必须以独有的形式完全贴合中秋的脉络，而不是只是一个噱头。进一步说，把文创融合进传统文化，必须考虑得更多，比如节俭、环保，只有融入这些元素，才会贴近文化、贴近时代，让更多的人喜欢。

“文创”的字面意思是文化加创意，但是真正做到从文化的本义上叠加和激发创造力并非易事，需要有一

批读懂民族文化、读懂当代各层消费群消费心理、葆有文化涵养的创意人才。现在商家似乎都知道“得Z世代（1995—2010年间出生的人群）者得天下”，但有媒体在一项针对“泛Z世代”消费观的调查显示：他们的消费习惯呈兴趣化、个性化。对那些没有多少精准文化含量的文创产品，他们未必就像商家想像的那样争相购买。

《限制商品过度包装要求 食品和化妆品》强制性国家标准将于2023年9月起实施。两年后，面对限制，“文创月饼”又该走向何方？其实，不管是“文创月饼”还是其它文创食品，还得质量为王，文创取胜。先要把质量做到极致，然后文创才能锦上添花，这个次序不能颠倒。（据《云南日报》）

“学校家委会”不能只有概念而无内涵

近期，深圳某中学家委会以为教室安装空调为由，强制家长“众筹”购买校方指定空调的事情引发舆论热议。一时间，发生在幼儿园、中小学家委会中的一些乱象引发不少家长共鸣。甚至有家长提出，取消让人心烦的家委会。

本来应该代表家长参与学校管理，维护学生权利的家委会，却不被家长待见，引发争议值得深思。家委会的本意和初衷很好，但却引发了乱象，源于只有“看上去挺好”的概念，实际没有起到应有的积极作用，甚至反而呈现出异化的趋势。

某些家委会虽然名为家委会，却成为摆设、工具或联谊会。所谓摆设，即在成立之后，该发挥的积极作用没

发挥出来；所谓工具，是帮校方处理了一些校方不便出面的事儿，如组织学生募捐，向学生家长收费，在校方遭遇负面舆情时“控评”，等等；所谓联谊会，则是形成了阶层性的小圈子，家委会的委员大多“非富即贵”。

成立家委会，是我国教育部早在2012年提出的要求。但不少中小学、幼儿园成立家委会，并没有搞清家委会的职责，也没有家委会产生、运行的明确定规。

现代学校制度建设，在于明晰举办者、办学者、教育者和受教育者的权责关系。要做到教育者和受教育者平等，亦即家校平等、师生平等，家长委员会是不可缺失的重要组成部分。这也是维护所有学生合法权利

不受侵犯的基本机制。建立现代学校制度，提高学校现代治理能力，理顺家校关系，不能只有“现代”概念，而无实质和内涵。

这样的家长委员会，首先应由全体家长，按照一定的民主程序，选举能代表家长的家委会委员，而不是由校方委派，或者幕后挑选出来，“走过场”让其他家长“举手同意”。更重要的是，全体家委会成员要定期向家长们述职。其次，家委会应独立运作，而不是校方指令、配合校方开展工作。虽然家委会还有组织家长当义工、为学校拓宽办学资源的职责，但这是在完成对学校办学管理、监督职责后的次要职责。而且，这必须基于家长“自愿、自主”的原则。（据人民网）

热点观点 | 05

快评

“11万元黄金寄丢”是堂安全课

近日，“价值11万元的黄金邮寄途中失踪”一事引发关注。据媒体报道，这次包裹丢失是因为内部盗窃引起，两名涉案犯罪嫌疑人已被警方抓获，目前窃盗黄金大部分被追回，有关公司将做好理赔工作，并加强管理。

点评：

此次丢失的黄金被追回，“监守自盗”的行业内鬼被抓获，值得庆幸。对消费者而言，货品是否安全、能否及时收到货，一直以来都是关注的焦点。不幸的事情发生了，有关企业必须要有查到底、消除积弊的勇气，更要有吸取教训、查漏补缺的决心。体系性漏洞有没有及时填补、事后赔偿方案是否合理、追责问责是否到位、内部管理有没有改善，唯有回答好这些问题，才能最大限度保护消费者利益，也把类似事件对企业自身的损害降到最低。

对快递行业来说，此次“黄金丢失”事件，无疑是提醒行业应将维护用户安全感放在更高位置，加强内控，完善全链条、全流程、全员管控，着力提升快递服务安全性。

（据《广州日报》）

帮助“老漂族”走出身心漂泊困境

当前，随着我国改革开放的不断深入，人口流动不断增大，一部分老年人为支持儿女事业、照料孙辈，“候鸟式”离家到陌生城市居住，他们这个群体被称为“老漂族”。随着“老漂族”数量的增多，他们在异地他乡面临的许多现实问题和生活难题也逐渐显现出来。

点评：

让“老漂族”走出漂泊困境，提高他们的生活质量，就要多给予“老漂族”一些制度温暖，如增加对随迁老人的政策支持，完善社会保障制度，推动公共服务和社会福利均等化；打通城乡户籍间的民生政策壁垒，让“老漂族”在各方面都能享受到与当地户籍老人一样的待遇。对于“老漂族”的子女而言，则应做好对老人的精神关怀和生活照顾。通过搭建好友圈、老乡圈等方式，让老人们有沟通的渠道、倾诉的地方。

让“老漂族”更好融入城市，享受晚年生活，既是家庭问题，也是社会问题。给“老漂族”应有的尊重，让他们的权益得到更好保障，让继续发挥光与热的他们能够获得应有的回报与善待，才能让“老漂族”走出身心漂泊的双重困境。

（据《内蒙古日报》）

守好边界 短视频方能走得更远

自媒体时代，社交媒体给公众提供了广阔的展示平台，涌现出一批将已公开的影视作品进行重新剪辑后形成的新作品。而由此引发的影视二次创作是否侵权的纠纷一直不断。今年4月，17家影视行业协会、54家影视公司、5家视频平台、514位行业人士联合发布《倡议书》，倡议清理未经授权的切条、搬运、连播和合辑等影视作品内容。中宣部版权管理局也表示将继续加大对短视频领域侵权行为的打击力度。

点评：

不可否认，网友们对于优质短视频内容是非常欢迎的。然而，不少未经授权的短视频，却可能对原影视作品造成伤害。二次创作的短视频遭遇全行业侵权打击的背后，既体现出短视频越来越大的影响力与传播力，又暴露出有运营模式的不可持续性。解决二次创作的侵权问题，实质上是重新寻找平衡的过程，亟需尽快厘清各方边界，让短视频内容的生产既能有效保护著作权人的权利，又能起到鼓励更多二次创作优秀作品的目的。对于短视频来说，结束野蛮生长，守好知识产权保护的边界，坚持“先授权再使用”，方能走得更远。

（据《广州日报》）

“烟盒印警示图”不宜再拖延了

近日，国家烟草专卖局就国内烟盒包装上何时才能印上警示图形的问题，回复网友称：目前我国境内卷烟包装能够达到告知消费者烟草危害健康的警示效果，后续将加强研究。

点评：

自我国加入世界卫生组织《烟草控制框架公约》以来，关于“警示图形上烟包”的呼声不断。国家卫生健康委也曾明确“卷烟包装上的图形警示是向公众宣传烟草危害最直接、最经济、最有效的手段之一”。这些惊悚图片出现在国外烟盒包装上，对烟草消费者起到很强的警示作用，即使有意回避这些图片，这种效用仍然存在。可见，“烟盒印警示图”不仅可以直接降低烟草消费欲望，还可能令烟草从送礼的名单中除名，可谓是控烟利器。

全方位控烟，需从长计议。作为控烟利器的“烟盒印警示图”，不宜再拖延下去了，需要加快工作进程，由研究步入实施阶段。这尤其需要摆脱烟草既得利益集团的掣肘，早日落实“烟盒印警示图”措施。

（据《新京报》）

作废声明				
阳光人寿保险股份有限公司宁夏分公司6份作废保单，单证号码如下：				
序号	单证编码	起始单证号	终止单证号	单证数量
1	108190201639310	108190201639310	1	
2	108190201639318	108190201639322	5	
	合计			6

特此声明。
阳光人寿保险股份有限公司宁夏分公司银保渠道1位业务员执业证丢失，号段如下：

序号	工号	姓名	执业证号码
1	3320000240	潘小燕	0200526400008002018010167

阳光人寿保险股份有限公司宁夏分公司
2021年9月17日

宁夏天鹰武道体育文化传播有限公司
减资公告
宁夏天鹰武道体育文化传播有限公司（统一社会信用代码91640100MA75WP6993）经出资人决定向公司登记机关申请减少注册资本，注册资本由人民币100万减少至人民币20万，请债权人自见报起45日内向公司提出债权债务或提供相应担保请求，特此公告。