

# 美国“脱钩断链”威胁全球供应链安全

快评

近来,美国为维护自身霸权私利、遏制中国发展,加紧在经贸、科技等领域推动对华“脱钩断链”。这种损人不利己的昏招,既背离客观现实,又违背发展规律,损害了包括中美在内的各国企业利益和民众福祉,是一条注定走不通的死路,暴露了美国政客自私算计和反智嘴脸。

近年来,美国推动所谓“友岸外包”“近岸外包”,寻求供应链“去中国化”,人为割裂全球供应链,严重破坏市场规则和国际经贸秩序,给相关国家和企业造成损失和困难,损害支撑世界经济持续发展繁荣的技术创新和投融资活动。

2020年7月,美国政府追随美国制裁中国科技企业华为,以英国国家网络安全中心认为华为技术和设备存在“安全风险”为由,宣布禁止在5G网络建设中使用华为设备。时任英国数字化、文化、媒体与体育大臣奥弗利·道登对此表示,英国5G建设

将因拒绝华为推迟2至3年,电信公司将因此损失多达20亿英镑。成本增加费用尚可计算,但英国因此进入数字化发展的“慢车道”,并可能在全球科技竞赛中一蹶不振,这样的损失恐怕是很难用数字算清的。

在“美国优先”宗旨下,美国出台大规模排他性歧视性产业政策,破坏全球产业合理分工格局的形成。

德国伊弗经济研究所报告说,美方做法给德国带来“去工业化”威胁,德国工业结构将受到损害。韩国京畿大学国际产业信息学教授金周焕表示,《通胀削减法案》和《芯片与科学法案》都透露出美国霸权思维本色。欧洲政策研究中心研究主任钦齐娅·阿尔奇迪表示,生产系统在全球范围内已高度整合,无论是想要打破还是关闭现有体系,都要付出高昂代价。

国际货币基金组织警告,如果全球经济陷入严重碎片化,总体经济产出可能萎

缩多达7%;如果加上技术“脱钩”,一些国家的损失可能高达国内生产总值的12%。

美国滥施单边制裁和“长臂管辖”,刺激本国产业对华“脱钩”,违背产业分工大势,推动制造业回流,这些行径人为扭曲市场选择,大幅增加生产和经营成本,不仅难以重振制造业,反而会削弱产业竞争力,拖累美国经济发展和增长潜力。

迄今,美国制造业回流进展有限。在美国政府重点扶持的芯片制造领域,项目建设步履蹒跚。对于芯片制造巨头台积电投入巨资在美国亚利桑那州建厂,《纽约时报》报道说,由于建筑、劳动力等成本过高,该项目困难重重,前景不被看好。

制造业未见起色,“脱钩断链”反噬作用却日益显现。2022年6月,美国消费者价格指数同比涨幅达9.1%,刷新1981年11月以来最大值。迄今,美国通胀仍居高不下。马来西亚观察人士罗道华指

出,美国想遏制中国,却导致自身经历近几十年来最严重通胀,美国民众尤其是低收入人群,正被迫付出代价。

“脱钩断链”还致使美国对华出口中制造业产品占比不断下降,半导体和半导体制造设备出口大滑坡。美国半导体设备制造商泛林集团预计,美国对中国的出口限制措施将导致集团2023年销售额减少20亿至25亿美元。半导体企业遭受重击,间接影响其他科技企业增长潜力和预期。近期美国高科技企业掀起“裁员潮”,科技行业暗流涌动将损害美国科技创新能力,给美国经济前景蒙上一层阴影。

美国政府推动对华“脱钩”,其中既有国内政治需要,也有国际格局变化诱因;既出于维护经济利益目的,也包含巩固全球霸权动机。美方做法忽视并违背经济全球化“大势”,这种反智行为不得人心,注定失败。(据《新华每日电讯》)

## 汽车“盲订”可以有 但别盲目下单

“有款新车发布后1小时内的‘盲订’量超过3000单。”近段时间,汽车销售出现了一种新模式——盲订,即在新车未批量生产或仅公布部分配置信息的情况下,消费者根据有限信息,交纳意向金,车企则为消费者提供购车优惠,并根据双方签订的合同交付车辆。然而,汽车“盲订”存在的风险值得关注。

点评:

盲订模式看似车企与消费者双赢的局面,却伴随着很大的不确定性。因为车企与消费者之间存在着明显的信息不对称,盲订交易中的主导权和解释权其实是牢牢掌握在前者的手中。

盲订汽车尽管可能会放大消费者权益保护的风险,但也不必一概否定它的探索价值。而随着盲订销售模式的愈发普遍,法律法规的针对性跟进很有必要。比如对盲订的周期、意向金的全额上限等与消费者权益息息相关环节作出必要的规定。

在相关消费纠纷的解决上,包括投诉方式、处理流程、退换货标准等方面,需有更明确的规范。

(据《新京报》)

## 切实保障快递员合法权益

国家邮政局数据显示,4月份快递服务质量指数同比提升72.8%;重点地区72小时准时率预计为81.6%,同比提高7.2个百分点。亮眼的数字,既是经济持续向好、快递业整体企稳回升的生动写照,也是400多万快递从业人员共同努力的成果。

快递就像一座桥,一头连着生产供给,一头连着消费需求,已成为日常生活不可或缺的部分。刚刚过去的“五一”假期,为做好假期寄递服务,快递行业创新服务模式,通过流动揽收、改善冷链包装等方式,将一件件特色产品寄往全国各地,为大家生活带来了便利。

快递员为人民群众美好生活服务,但相比之下,他们自身的权益保障仍显薄弱。有的企业对快递员社会保险购买不全、覆盖率偏低,工伤保险的购买率不高。有的企业劳动强度与工资收入不匹配,因按件计酬,未给予快递员合理的加班费用,相关处罚机制还有待完善。

随着宏观经济持续向好,线上消费日渐活跃,快递业发展有望进一步提速。实现好、维护好快递员群体的合法权益,快递末端的服务质量才能有保证,行业才能行稳致远。当下,维护好快递员的合法权益已成为行业共识。相关部门正持续推进快递员合法权益保障工作;有的地方聚焦快递员急难愁盼问题,开展了一系列关爱活动;快递企业也在积极创造福利,制定更科学合理的利益分配与激励机制,支持一线从业者增收创收。

关爱快递从业人员,要从他们最关心的权益问题着手。要加大力度、加快进度扩大快递网点优先参加工伤保险覆盖面,夯实行业发展的基础。要解决快递员工时过长、相关制度不健全等现实问题,让他们工作生活更有保障。快递行业的高质量发展,离不开高技能人才。要常态化开展技能培训,全面提升队伍素质。这是增强快递员获得感、幸福感、安全感的需要,也是提升快递职业吸引力、促进快递业持续健康发展、推动经济社会高质量发展的需要。(据《广州日报》)

## 善用文旅资源需要“串珠成链”

日前,国家文物局网站发布《国家文物局、文化和旅游部、国家发展改革委关于开展中国文物主题游径建设工作的通知》(以下简称《通知》),对开展中国文物主题游径的工作进行了部署。

据《通知》,文物主题游径是以不可移动文物为主干,以特定主题为主线,有机串联、串珠成链,集中展示专题历史文化的文化遗产旅游线路。通过这一定义可以了解,推进文物主题游径,需要以主题串联旅游资源。一般而言,文物主题游径的资源对象以不可移动文物为主体,涵盖古文化遗址、古墓葬、古建筑、石窟寺及石刻、近现代重要史迹及代表性建筑等文物类型。

当前,各地依托旅游资源发展旅游业,多限于一个地域,通过打造地标、旅游节等方式,吸引游客。随着全域旅游的推进,为加大旅游资源的吸引力,很多地方开始加大对文化资源的阐释和打造,此次出台《通知》,提出了文物主题游径,要挖掘主题串联旅游资源,需要深入研究文物的历史价值、文化价值、审美价值等多重价值,挖掘背后蕴含的人文精神、价值理念,突出文化在旅游中的重要地位。

在串联作用下,文物也能“活”起来。通过对资源的整合,大家也发现让文物“活”起来的方式,不只是数字化开发,也可以是文物资源的相互串联,这样可以彰显鲜明的文旅主题,让历史蕴藏的价值被更多人看到、看懂。从旅游体验的角度来看,过去游客更多是到一地、看古迹、听讲解,如今,越来越多的文化旅游产品提供了一种新体验,以主题参观文物,大家能更好地理解,历史如何继承和传承的,而理解了历史,其价值也能更好地被大众所记住。如此看来,有文化味、有内涵的旅游新路线,是很令众人期待的。(据《云南日报》)



## 成功捣毁

记者5月15日从上海市公安局获悉,上海警方近日成功侦破一起利用网络直播“打赏”实施洗钱犯罪案件,抓获犯罪嫌疑人21名,捣毁一条寄生于网络直播平台、清洗转移非法资金的新型洗钱犯罪产业链,涉案金额近亿元。

新华社发

## 有必要说清楚地铁站为何建在了“农田里”?

据报道,浙江省宁波市地铁3号线高塘桥站,已建成将近四年却仍是“孤岛”。站点周边是大面积农田,没有配套道路通达周边小区,附近多个小区居民乘坐地铁不得不绕行很远。

为什么没有路?据建设方宁波轨道交通公司相关负责人介绍,这里按照规划有一条路,但由于地铁站及周边区域为永久基本农田,所以一直修不起来。当地规划部门相关人员也确认了此事,但表示地铁的选线权限不在规划部门,而在轨道、发改部门。

一个被居民视为可以拉近与城市距离的地铁口,竟然在长达近四年的时间里,乘客寥寥,不能不说是一个巨大的浪费,也是城市规划的一个败笔。

一方面,巨量的资金投入没有产生相应的社会效益,等同于“投闲置散”。据报道一个地铁站点耗资上亿元,如果

有站点不能充分使用,无异于无效投资。

另一方面,每一个地铁站点本应是便利民众生活的“集散地”而非“孤岛”,眼睁睁看着配置先进的地铁站却不能、不便使用,周边居民当然不会满意。如此规划布局,显然不符合“以人民为中心”的理念。

客观而言,城市地铁线在规划时稍稍超前一点,综合考量城市发展的远景,尽可能地拉大城市框架等是惯常操作。但这里的“超前规划”,首先应该是科学规划,而非盲目决策。若罔顾国家法律、中央政策的规定,无疑走向了事情的反面。

近年来,包括杭州、南京、广州等多地爆出地铁站建在农田里的新闻,尽管各地有各种回应,但以“城市建设留白”的说辞也难以服众,归根结底仍在于城市交通建设缺乏统筹规划,地铁建设速度,大大超过了周边土地建设速度。

## 互联网保险不能“保了个寂寞”

品中如此大玩文字游戏,故意以高性价比噱头诱惑消费者陷入精心设计的高门槛理赔陷阱,已涉嫌多重违法,这种现象亟待遏制。

我国消费者权益保护法规定,消费者对购买、使用的商品或者接受的服务享有知情权和公平交易权。广告法规定,广告不得含有虚假或者引人误解的内容,不得欺骗、误导消费者。商家在互联网保险产品营销中,别有用心地以“低进高出”套路欺诈消费者,既是对消费者知情权和公平交易权的侵犯,也属于明令禁止的虚假宣传,监管部门应当采取相应的措施。

不良商家故意设置套路,让消费者在互联网保险消费中误入“低进高出”的陷阱,折射了一种利益博弈的非正常状态,与现代法治追求的目标相去甚远。最有效的解决办法,就是将其纳入法治化轨道,让利益在合理公正的法治框架内公开博弈。

对此,相关监管部门应多措并举,对

事实上,宁波地铁3号线高塘桥站规划时,周边土地即为基本农田。而永久基本农田经依法划定后,我国法律规定,任何单位和个人不得擅自占用或者改变其用途。国家能源、交通、水利、军事设施等重点建设项目选址确实难以避让永久基本农田,涉及农用地转用或者土地征收的,必须经国务院批准。

但宁波地铁3号线并非国家重点交通设施,也就意味着陷入“死结”:高塘桥站附近的永久基本农田不可能转用或被征收。对此,当初做出线路和站点规划的部门和单位,应该为此负责。

事实上,宁波地铁3号线高塘桥站投运四年来,当地民众一直在向有关部门反映,却始终得不到一个明确说法。借此机会,当地不妨坚持问题导向,深入调查研究,致力解决当前问题。(据《新京报》)

不良商家该处罚的严肃处理,该整改的及时整改,从而进一步改善互联网保险消费市场环境。鉴于目前我国互联网保险监管机制仍有待完善、许多没有资质的平台能够顺利进入互联网保险生态圈现状,相关部门还应就互联网保险门槛的准入、风险监测、预警机制的建立与完善,以及企业信用的惩戒、消费者权益受损的责任承担等,尽快从法律层面予以明确,确保互联网保险健康发展。

不让消费者在互联网保险消费中面临“保了个寂寞”的尴尬,商家的主动自律至关重要。这是因为互联网保险不论如何创新,保证服务质量、优化消费体验,始终是商家对消费者应尽的责任义务和经营发展的制胜之道。商家只有不断优化管理、提升服务,才能给广大消费者带来更好的体验,实现自身更长远的发展。否则,一味算计消费者,不但法律不答应,也必然会因失去消费者信任落得自毁基业的结局。(据《北京青年报》)

## 整治社保挂靠代缴 要有堵有疏

近期,重庆人社局等多地人社部门发布相关文章,提示挂靠代缴社保,即参保人通过中介或其他途径挂靠在与本人无真实劳动关系单位名下参保,其行为实质是骗取参保资格,属于违法行为。灵活就业群体如何参保,备受关注。

点评:

社会保险不同于商业保险,作为社会保障制度的核心部分,不是花钱就能获得参保资格的。除了依法打击骗取违法行为外,整治社保挂靠代缴,也是避免骗取社会保险待遇等问题发生、确保基金安全平稳运行的需要。

社保与买房买车、子女受教育等捆绑,是基本公共服务不足所致,这在一些超大型城市表现得尤为明显。解决社保代缴乱象的根本之策在于强化基本公共服务,恢复社保本身的制度功能,但这不是一朝一夕能实现的。另一解决路径在于,为灵活就业者等群体提供新的参保渠道,堵偏门的同时开正门。(据《南方日报》)

## 让专业化家庭教育激活“家力量”

日前,教育部印发《关于公布2022年度普通高等学校本科专业备案和审批结果的通知》,中华女子学院申报的家庭教育专业成功获批,成为全国首家批准设置该专业的普通本科院校。

点评:

中华女子学院新增家庭教育本科专业,意味着家庭教育走向了专业化道路。家庭教育需要家庭、学校和社会协同发力,专业人才进入相关行业开展工作,势必为家庭教育注入新的力量与活力。(据《中国妇女报》)

## 开发“妈妈岗”是多赢之举

日前,广东省人社厅发布《关于推行“妈妈岗”就业模式促进妇女就业的实施意见(征求意见稿)》,提出在全省广泛开发“妈妈岗”,拓展妇女就业空间,明确“妈妈岗”主要用于吸纳法定劳动年龄内对12周岁以下儿童负有抚养义务的妇女就业,工作时间、管理模式相对灵活,方便照顾工作和育儿。

点评:

开发“妈妈岗”是多赢之举,值得肯定。对于女性来说,她们在获得一份稳定收入的同时,可以更好照顾好家庭和孩子。我们知道,女性在家庭中担当着特殊的角色,为女性量身定做的“妈妈岗”,充满了温情,既给女性提供了工作的岗位,也让她们能兼顾家庭,促进了家庭的和谐。对于企业来说,有效化解了“招工难”的问题。对于我们社会来说,“妈妈岗”也是关爱女性的良好示范。(据《劳动午报》)

## 网红城市如何“长红”

近来,各地网红城市频频火出圈。先是一部《狂飙》剧带火的江门,再到“一根烤串火了一座城”的淄博。不难发现,如今在互联网传播语境下,网红城市的出圈方式,已不再局限于“好山好水好风景”,只要有足够吸引人的话题(一部剧)、或有烟火气十足的场景(烧烤),以此提供沉浸式的旅游体验,就有可能赢得八方游客的青睐,流量也就随之而来。

点评:

成为网红城市可能只需要一个爆点,但要进化为“长红”,则需底蕴与服务齐发力。先说底蕴,从何来?要善于挖掘,更要善于包装。再说服务,要跟上。

大道至简,实干为要。而从“网红”到“长红”,考验的从来都是一个城市的综合实力。(据《广州日报》)