

在数百所高校和十几家高科技公司施压下,特朗普针对外国人政策的闹剧破产

美政府同意撤销留学生签证新规

■本报驻华盛顿记者 张 松

美国政府7月14日宣布撤销此前推出的留学生签证新规,不再限制今秋仅开设网课的美国高校的外国留学生来美就读。

这项针对留学生的签证新规招致美国社会广泛批评及多项诉讼,这是特朗普政府在大选年操弄移民问题再度受挫的最新案例。

白宫此举意味着上百万外国留学生不必在秋季学期到来之际离开美国。14日当天,波士顿联邦地区法院法官伯勒斯在开庭审理哈佛大学和麻省理工学院提起的相关诉讼时宣布,美国联邦政府同意撤销日前发布的留学生签证新规。

伯勒斯在庭审开始时表示,据他所知,诉讼双方已达成解决方案。他说,美国政府将撤销留学生签证新规,撤回详细说明这项新规的常见问题解答,并恢复春季发布的针对新冠疫情期间国际学生在线学习的指导意见。

留学生签证新规被认为是“清洗计划”

今年3月,特朗普宣布“国家紧急状态”以应对新冠疫情。7月6日,美国入境和海关执法局发布通报说,2020年秋季学期的留学生如果仅上网课,将无法取得赴美签证或维持当前签证。

14日的开庭结果出炉后,哈佛大学校长劳伦斯·巴科在致全校师生员工的信中说,新规的撤销对哈佛大学来说是一个重大胜利。麻省理工学院校长拉斐尔·赖夫发表声明称,相关案件充分表明,新规“关系到真实的生命,可能造成真正的伤害”。

这项针对留学生的签证新规招致美国社会广泛批评及多项诉讼。哈佛大学和麻省理工学院8日率先提起诉讼,请求联邦法院叫停签证新规。诉状说,这项签证新规违反美国联邦《行政程序法》,是在没有提出任何正当理由、未经公众评议且考虑不周的情况下发布的。随后,约翰斯·霍普金斯大学等高校、包括加利福尼亚州在内的多个州和美国首都华盛顿也提起诉讼,要求阻止新规实施。约百名国会议员联名致信美国国土安全部,呼吁撤销留学生签证新规。



7月14日,美国政府同意撤销留学生签证新规。当日,一名女子查看纽约大学教学楼入口处张贴的通知。

新华社发

据报道,截至14日开庭时,两校诉讼获得美国数百所高校、70多个高等教育团体和谷歌、微软等十几家高科技公司提交法律文件予以支持。这些高校和教育团体表示,签证新规将危及包括留学生在内所有学生的健康安全,损害美国高校的学术利益和经济利益。

美国高科技公司在支持两校诉讼的法律文件中说,国际学生不仅给美国经济带来每年数百亿美元的直接贡献,还有助于确保美国企业“继续引领世界创新”。如果国际学生因签证问题被迫回国,美国企业和整体经济都将受到损害。

美国高校和媒体普遍认为,美国政府出台留学生签证新规的主要目的是施压美国学校秋季学期正常开学,学生返校上课,从而全面重启经济。但当前美国疫情不断加重,国际旅行限制严格,新规使大量留学生处境困难,也打乱了众多高校针对疫情所作的秋季学期教学安排。美国有线电视新闻网称之为针对留学生的“清洗计划”,是美政府针对外国人和移民的又一次“令人厌恶的、赤裸裸的攻击”。

据美国国际教育协会的统计数据,美国高校学生中留学生约占5.5%,人数接近110万,其中中国留学生约占三分之一。

特朗普继续打“移民”牌欲挽回选情

特朗普15日表示,他很快将签署一项“基于贡献”的移民政策,以“非常共和党人的方式”完成他第一个任期多次试图中止的“童年抵美者暂缓遣返”计划(DACA)。特朗普还攻击民主党总统候选人拜登宽松的移民政策,并称他的移民政策将“比民主党人好得多”。不过多数分析认为,特朗普的新移民行政令将把大部分“追梦人”排除在外。

DACA计划是2012年由奥巴马签署实施的行政令,涉及80万“追梦人”,即年幼时被父母带入美国的青少年非法移民。特朗普2017年初上任以来,多次试图废止该计划。2018年初,美国国会曾试图通过立法保护该行政令,但特朗普此后以该行政令未包含他所要求的美墨边境墙拨款为由加以拒绝。

2019年11月,特朗普称很多“追梦人”已不再是年轻的“天使”,“他们中的一些人是非常强硬的、顽固的罪犯”。

今年6月,美国最高法院作出判决,认为特朗普2017年旨在废除该计划的行动不合法。特朗普此后宣布,白宫愿意与国会合作,为部分“追梦人”提供合法成为美国公民的渠道。

今年以来,特朗普政府在移民问题上不断出招。此前,特朗普政府还于今年6月宣布暂停发放部分各类非移民签证,并延长此前暂停向部分外国人发放绿卡的行动,以为美国劳动力腾出52.5万个工作岗位。

分析认为,移民政策是特朗普施政宣传和竞选连任的标志性议题之一。今年3月以来暴发的新冠疫情,使美国经济陷入衰退,失业率大幅上升,特朗普在近日多项民调中的支持率持续低于拜登8个百分点以上,而对其工作的满意率也仅维持在四成。通过不断出台移民、反外国人的移民限制政策,特朗普政府希望获得共和党保守派选民的支持,以挽回选情,争取连任。

(本报华盛顿7月15日专电)

外交部召见美国驻华大使

就美方签署所谓“香港自治法案”及有关行政令提出严正交涉

新华社北京7月15日电 外交部副部长郑泽光15日召见美国驻华大使布兰斯塔德,就美国总统特朗普刚刚签署所谓“香港自治法案”及有关行政令提出严正交涉。

郑泽光指出,美方法案及行政令恶意诋毁香港国家安全法,取消香港有关特别待遇,并威胁对中方实体和个人实施制裁。这是对中国内政的粗暴干涉,严重违反国际法和国际关系基本准则,中方对此坚决反对,予以强烈谴责。为了维护自身正当利益,中方将对美方错误行径作出必要反应,包括对美方相关实体和个人实施制裁。

郑泽光强调,香港是中国的特别行政区。中国全国人大常委会依据中国宪法、香港基本法和全国人大有关决定,制定香港国家安全法完全是中国内政,任何外国无权说三道四、横加干涉。香港国家安全法针对的是分裂国家、颠覆国家政权、组织实施恐怖活动、勾结外国或者境外势力危害国家安全的行为和活动,保障的是广大香港市民依法享有的各项权利和自由。该法的制定和实施

有利于维护中国主权安全发展利益,有利于维护香港长期繁荣稳定,有利于确保“一国两制”行稳致远,得到包括广大香港同胞在内的全体中国人民坚定拥护和支持,也得到国际社会广泛欢迎。

郑泽光指出,美方炮制的所谓“香港自治法案”及行政令,关心的绝不是香港人民的“民主”“自由”,而是妄图阻挠和遏制中国的发展,这一图谋永远不可能得逞。中方敦促美方纠正错误,不得实施所谓“香港自治法案”及行政令,停止以任何方式干涉中国内政。

郑泽光指出,美方近日在涉及新疆、西藏、南海等问题上还采取了干涉中国内政、损害中方利益的恶劣行径,进一步暴露出赤裸裸的霸权主义本质。对此,中方已经并将继续采取反制举措,坚决维护自身核心利益。我要正告美方,美方任何强加给中方的霸凌和不公都会遭到中方坚决反击,美方阻挡中国发展壮大的图谋注定会失败。我们奉劝美方立即改弦更张,停止对中方的诬蔑和挑衅,不要在错误的道路上越走越远。

外交部回应英国针对华为的有关决定:

中方将全面、严肃评估这一事件

新华社北京7月15日电 (记者马卓言) 针对英国政府要求本地运营商必须在规定期限内将华为公司设备从本国5G网络中彻底移除一事,外交部发言人华春莹15日表示,中方将全面、严肃评估这一事件,并采取一切必要手段,维护中国企业的正当合法权益。

华春莹在当日例行记者会上回答有关提问时说,英方在没有任何确凿证据的条件下,以莫须有的风险为借口,配合美国歧视、排除中国企业,公然违反市场经济原则和自由贸易规则,违背英

方已经做出的有关承诺,严重损害中国企业的正当利益,严重冲击中英合作的互信基础,中方对此强烈反对。

“这不是一家企业、一个产业的问题,而是英方不计代价将商业和技术问题高度政治化的问题,是中国在英投资安全受到更明显威胁的问题,是我们对英国市场能否保持开放、公平、非歧视的信心问题。我们对此严重关切。中方将全面、严肃评估这一事件,并采取一切必要手段,维护中国企业的正当合法权益。”华春莹说。

波音公司6月只卖出一架飞机

美国波音公司14日发布的数据显示,这家飞机制造商6月只卖出一架飞机,是卖给联邦快递公司的一架货机。

与往年同期相比,波音公司今年6月业绩可谓惨淡。波音公司2018年6月卖出158架飞机,2019年6月卖出9架飞机。

新冠疫情致使全球航空客运量骤减,运营商无意添置飞机,不少航空公司取消采购新机的订单或要求波音公司推

迟交付。

美联社报道,波音公司今年新卖出59架飞机,但退订飞机数量多达382架,多为退订波音737 MAX系列客机。

作为波音公司的主要竞争对手,空客公司的日子也不好过。5月和6月连续两个月一架飞机也没卖出去。不过,空客公司6月交付36架客机。波音公司情况稍好。杨舒怡(新华社供本报专稿)

在线下,炫彩巴士快闪直播开启夏日狂欢;在线上,数亿用户冲着优质国货赶大集

新电商掀起老字号老品牌“国潮热”

7月14日,百雀羚品牌官方和拼多多举办了“线下国潮POP-UP”直播活动,以国潮炫彩巴士开启夏日狂欢,共同打造国潮直播节。

拥有悠久历史的百雀羚遇上年轻的拼多多,在国潮涂鸦的映衬下,这是拼多多和老字号老品牌又一次的珠联璧合。

“今年上半年,百雀羚在拼多多上的销量比去年同期增长了10倍。”拼多多负责国潮市集活动的工作人员说。从7月10日开始,拼多多开启了为期一周的“我在多多赶国潮”市集活动,让超过6亿消费者与老字号老品牌有了更加紧密的联系。本次活动,拼多多开设了“国货藏宝阁”“古风穿越馆”“中国设计苑”“跨界联名楼”“匠心老字号”等多个场景会场,全方位满足消费者在衣、食、住、行等领域的国货需求。

老字号的“老”与“新”

六神、百雀羚、大白兔等老字号老品牌能够穿越时光的传承留存至今,本身就很难得。它们都有一个镌刻本身的地方:正宗地道、货真价实、童叟无欺。

曾经的老字号是中国“软实力”的重要体现,是富有人情味的外交纽带,但在各种跨国品牌进入中国、新品牌层出不穷的情况下,许多老字号慢慢淡出了人们的视野。

从新中国成立初期的1.6万家老字号,到目前经商务部认定的“中华老字号”1128家,众多老字号中只有少数依然活跃,不少已经没落或消失。

目前,在老字号中,发展比较好的只占少数,多数经营欠佳,空有品牌,已无商品面世。老字号的老,有两面性,一面是历史和境界的沉淀,另一面是经营思路的老化与沉重的历史包袱。

今年遭遇疫情后,老字号老品牌的生存状态更是呈现出明显的两极分化。许多依然维持着“前店后厂”传统经营模式的企业在疫情中损失惨重,而对于百雀羚这样深耕线上的品牌来说,疫情期间销量非但没有减少,甚至在拼多多平台上的销量实现了成倍增长。

然而,对于更多老字号老品牌来说,如何在当下构建新的渠道和营销手段,是一个普遍面临的问题。



变身国潮,走上网红路

对老字号来说,众多年轻消费者的第一反应就是“儿时的记忆”。这也从侧面反映出老字号品牌的问题,它们的品牌效应在某个时期出现了断档,在体制改革、产业外移,以及市场竞争的多重因素下,许多老字号品牌从消费者的生活里消失了。

从六神到百雀羚,从飞跃球鞋到大白兔奶糖,这些品牌都曾遭遇过“营销断代”,而在社交网络、电商平台兴起的近些年,消

费者群体中开始出现把看似上一代人喜爱的品牌、商品带给当下年轻人的现象,被称为“国潮运动”。

传统即为国潮,越来越多老字号重新回到了年轻人群体中。但做国潮对老字号来说,需要短期引爆一波关注,长期种草形成记忆,这十分考验老字号品牌的营销能力。

2019年5月,拼多多在“上海老字号新电商计划”启动仪式上承诺,将在未来三年投入100亿元营销资源以及15亿元定向现金补贴,助力100家上海老字号品牌扩大市场份额,推动更多品牌重回一线品



上图:对深耕线上的老字号老品牌来说,疫情期间销量非但没有减少,甚至在拼多多平台上的销量还有高速的增长。(笑傲 摄)



牌阵列,该计划也是迄今业界规模最大的老字号品牌联合专项行动。拼多多结合技术优势和需求大数据,推动老字号品牌供应链、生产环节进行优化,最终实现以需定产和定制化生产的目标。2019年下半年,上海老字号蜂花上线的品牌“Delighted Time 大家乐”,就是拼多多定制化的成果之一,一经上线,店铺就收获了数万粉丝。同年七夕节,拼多多联合中华老字号“老城隍庙”推出一款名为“七夕糕”的糕点礼盒,分“只署于泥”“雨女无瓜”

多举行“线下国潮Pop-up”直播。(郭宇 摄)

下图:拼多多上的蜂花护发素一直是热销产品,较低的运营成本让老字号老品牌与消费者获得“双赢”。(笑傲 摄)

“我黑凤梨”“鸡你荳蓉”四种创意口味,在平台上线后,力压玫瑰、巧克力成为一盒难求的“表白神器”。

据悉,今年10月,拼多多还将联合国妆第一品牌百雀羚,重磅推出定制款护肤套盒。近百年的国货经典护肤品牌注入高科技,继续为消费者提供高性价比的极致单品。

此外,在每个周二,拥有367万粉丝的拼多多限时秒杀频道直播间还将举办爱美栏目。该栏目将走进老字号的研发室及新品发售现场,揭秘老字号拼多多专供新品从研发到成品落地的整个过程。

为了更好地帮助老字号定制出符合特定人群的产品,拼多多工程师团队将对“定制雷达”进行升级,形成系统矩阵,针对老字号品牌目标群体进行精准筛选与有效匹配,进一步提高转化效率。

在保证老字号有“新品”可卖之外,拼多多还利用自有资源,帮助上海老字号品牌传播、展销、补贴,扩大在全国的影响力。

更低的成本,更大的平台

拼多多相关负责人表示,老字号在电商领域一直有其独有的优势。平台的数据显示,老字号的商品在搜索转化率和复购率上要远高于其他品牌,良好的口碑也印证了产品的优良品质。但老字号相比其他基于互联网的新生品牌有个劣势,即对成本和渠道的把控较弱。

“老字号往往有着庞大的供应链和线下商超渠道,这也使得品牌的运营成本飙升,加上‘佣金’‘流量费’等费用的不断提高,老字号在运营上要比其他品牌难。”拼多多相关负责人表示。

而拼多多的策略和平台逻辑显然更适合这些老字号品牌的发展。相比其他平台,拼多多对商家始终坚持“0佣金”和“0平台服务费”的政策,预计今年全年将为商家节省800亿元以上的运营成本。

除了佣金及服务费方面的优势外,拼多多平台的流量逻辑也成为老字号如鱼得水的主要原因。相较于其他平台的“烧钱开车换流量”,拼多多的流量逻辑是“低价爆款”——基于拼多多深厚的社交流量池和极低的拉新成本,品牌以“低价”代替“开车”,品牌在获取正常营收的同时,消费者也得到更多实惠。

这样的逻辑给老字号带来了更广阔的发展空间。上海美加净日化党委书记王琴就曾表示,“拼多多的综合运营成本较其他电商平台低15%至20%,较线下渠道低更多。”

拼多多与老字号的结合形成了天然的化学反应,后者得以打破过往区域销售半径的制约,拥抱更大的流量天空,直接触达更广大地区的数亿消费者。

“我给妈妈买了一套百雀羚‘护肤4件套’,顺便也给自己买了一份,既便宜又好用。在母亲的生日即将到来之时,湖南娄底的用户赵超露光顾了拼多多。在‘百亿补贴’的加持下,她以不到60元的价格买到平日常需要百余元的产品,开心洋溢在脸上。”

“它闻起来就像是爱马仕旗下一款名为尼罗河的法国香水。”已经在上海创业4年的法国女孩苏菲如此评价她和朋友拼单购买的六神花露水。这是苏菲头一次感受到老字号的魅力,并把它推荐给到自己的法国朋友。

拼多多联合创始人达达曾表示:“每一个老字号背后,都凝结着民族的智慧和时代的烙印,蕴藏着巨大的社会与经济价值。支持老字号创新发展,激活老字号新动能,是我们这代人的义务,更是责任。”(文/李宇)