

俄与美欧外交争斗呈现新特点

国际观察
■本报记者 刘畅

连锁互逐外交官 边境陈兵十数万

俄罗斯外交官。但是同时又宣称“两国紧张关系降级的时刻已经到了”。此前两天，拜登还与普京进行了其任内的第二次通话，邀请普京参加4月22日的气候峰会，并酝酿两人在第三国面对面会谈。

一边严厉制裁，一边呼吁缓和。在俄罗斯《消息报》看来，美国好像有“一个头，几张嘴”，牵动两国关系坐“过山车”。俄方的反应总体上是“对等”的：16日，莫斯科即宣布驱逐10名美国外交人员，禁止8名美国前任和现任官员入境，并对美驻俄大使沙利文下了“逐客令”，这也是对之前召回俄驻美大使安东诺夫的升级之举。

而普京个人的反应也是克制而有分寸的：保留“普拜会”的见面邀请；同意参加气候峰会并发表讲话，但不会与拜登进行双边接触。

其次，莫斯科采取了分化美欧、分化老欧洲与新欧洲的举措。如果说对美国，俄罗斯依旧展现大国风范的话，近日其对捷克、波兰等新欧洲国家的“外交反击战”就打得格外强硬了。15日，波兰驱逐了3名俄罗斯外交官，换回了俄罗斯“不对等”驱逐了对方5人；17日，捷克以俄情报人员涉嫌参与2014年捷克布拉格火车站爆炸事件为由，要求18名俄驻捷克使馆人员48小时内离境，换回俄罗斯“不对等”要求对方20名外交人员在

24小时内离境。

此前，俄罗斯外交部发言人扎哈罗娃在谈及“反制裁”时曾频繁用到“不对等”这个词，目前看来俄方对捷、波明显采取了“更强硬”的措施。捷克第一副总理哈马切克19日也表示，俄方反应“比预期强烈”。事实上，在欧盟因纳瓦利内事件对俄施制裁之后，俄对欧态度一路强硬，拉夫罗夫外长甚至表示不惜与欧盟“断交”，此番捷克拿出7年前的陈年旧案援引美国制裁，自然会被俄罗斯“当头棒喝”。此外，俄罗斯由于近期事件，正在讨论退出欧洲委员会会议大会。

但同时，俄罗斯对法国、德国等老欧洲国家却相对温和。一方面，诸如法国总统马克龙、德国总理默克尔都是乌东问题的实际协调者，两人近日对俄表态中“展示肌肉”的同时，更呼吁对话。比如，马克龙16日接待了乌克兰总统泽连斯基，但在泽连斯基谈及“乌克兰加入北约”相关话题时，马克龙及时终止了对话，而非借势刺激莫斯科。默克尔也在20日表态称“关闭与俄罗斯所有对话渠道是错误做法”。

第三，军事威慑，分化美乌，因结白俄罗斯。欧盟方面19日称，陈兵于俄乌边境的俄军已经超过15万，此外，俄军还加强了驻克里米亚的空军力量，提高了黑海舰队的战备能力，并于19日在北

极地区举行大规模演习。尽管声势浩大，但在俄罗斯一些分析人士看来这仅仅是“威慑”；争取战略优势和主动权来压制乌克兰、进而促使美国进行协调和谈判。但是随着双方军事对峙越激烈，爆发冲突的可能性也在慢慢增加。

日前两位俄方高官的言论值得关注，一位是俄安全会议秘书帕特鲁舍夫，他在接受《生意人报》采访时发表对美缓和的“鸽派”言论。另一位是俄副总理科扎克，其在俄罗斯科学院世界经济与国际关系研究所的座谈会上发出“如果基辅采取军事行动将会是乌克兰末日开端，俄方将介入”的“鹰派”言论，这样的言论此前十分罕见。两相对比，俄智库人士认为，俄罗斯正在把对美和对乌关系分开，不排除“武力干预顿巴斯”的可能性。

此外，还值得关注的是白俄罗斯总统卢卡申科的表态。17日，卢卡申科控诉该国反对派人士和美国情报部门策划暗杀他本人和其子，并指认美国是幕后主使。克里姆林宫19日证实了普京在和拜登电话会谈及这一事件。卢卡申科此时放出这一消息，似乎是对拜登称普京作“杀手”的回应，显示了在俄罗斯陷入西方地缘政治“围剿”时，他和普京站在一起的坚定立场。

伊核协议联委会新一轮会议在维也纳举行，中国代表表示全面彻底干净解除所有制裁是关键

新华社维也纳4月20日电（记者于涛）4月20日，伊核问题全面协议联合委员会新一轮政治总司长级会议继续在奥地利维也纳举行。会议由欧盟对外行动副秘书长莫拉主持，伊朗副外长阿拉格希、俄罗斯、英国、法国、德国相应官员与会。中国常驻维也纳联合国代表王群大使出席。

王群大使表示，最近几天的谈判是有益的，当前谈判已进入了一个新阶段。中方欢迎联委会通过工作组以及及与美“近距离接触”两大进程就美伊恢复履约安排的案文起草进行密集谈判。目前，各方对上述安排的框架及主要要素都有了更加清晰的认识。这些工作为联委会下步谈判打下了扎实的基础。当前之急是继续聚焦全面彻底干净解除所有相关制裁，包括对伊朗及对第三方的相关制裁。这是谈判成败的关键。

王群说，中方坚定支持美伊尽早实现恢复履约，愿与相关各方携手努力，共同推动实质性案文谈判早日取得各方均能接受的成果。

首批将423项事项执法权赋予街镇

（上接第一版）爱国卫生运动是我们党把群众路线运用于卫生防病工作的成功实践。上海爱国卫生运动成效显著，通过加强环境整治和健康科普宣传，构筑起疫情防控的铜墙铁壁。要坚持预防为主，紧紧依靠群众，不断提升公共卫生整体水平。要坚持问题导向，针对薄弱环节出实招、求实效、解难题，创新工作方法，实现从环境卫生治理向社会健康管理的转变。要进一步完善公共卫生群防群控机制，加快形成爱爱国、讲卫生、树文明、重健康的浓厚氛围。

会议原则同意《上海市街道办事处

乡镇人民政府首批行政执法事项目录清单》，首批事项共423项。会议指出，法治政府建设的重点在基层，难点也在基层。将点多面广、基层迫切需要且能有效承接的执法权赋予街镇，是完善街镇管理体制、提升街镇管理服务效能的重要举措。要加强科学评定，稳妥有序、分批推进，确保放得下、接得住、管得好，并切实减轻基层负担。要加强效果评估，在广泛征求意见的基础上，逐步扩大赋权范围，不断完善具有上海特色的街镇执法体制。

会议还研究了其他事项。

沪浙承担共同使命合作前景广阔

（上接第一版）了解浙江省数字化改革进展及数字经济发展情况，并重点围绕深入贯彻中央政协工作会议精神，发挥专门协商机构作用、推动政协工作提质增效，与浙江省政协座谈交流。浙江省政协主席葛慧君出席座谈会及有关调研活动。

董云虎在座谈时说，浙江是中国革命红船起航地、改革开放先行地、习近平新时代中国特色社会主义思想重要萌发地。近年来，浙江省以“八八战略”为统领，牢牢把握“努力成为新时代全面展示中国特色社会主义制度优越性的重要窗口”新目标新定位，率先探索构建新发展格局的有效路径，率先建立现代经济体系，率先推进省域治理现代化，率先推动全省人民走向共同富裕，社会主义现代化先行省建设迈出重要步伐。浙江省政协着力推动政协工作系统集成、迭代升级，打造“你来协商”功能平台，打响政协委员会客厅品牌，构建“崇学系列·书香政协”委员读书体系，积极探索新实践、新经验新品牌亮点纷呈，展现了走在前列无止境、干在实处谋

新篇、勇立潮头显担当的奋进姿态，值得我们认真学习借鉴。

董云虎表示，上海与浙江人缘相亲、地域相连、文化相通，在资源禀赋、产业结构等方面各具特色、具有很强的互补性，在推动长三角更高质量一体化发展上承担着共同使命，携手合作的前景广阔。我们将继续与浙江省政协一道，坚持好完善好运用好长三角三省一市政协联动机制，助推长三角地区共生共享、互联互通、融合创新、一体发展。

在浙期间，学习考察组实地考察部分“请你来协商”平台和政协委员会客厅，参观“五四宪法”历史资料陈列馆，并赴浙江省大数据发展管理局、杭州市城市大脑运营指挥中心调研，围绕推进经济社会全方位全过程各领域数字化转型、打造数字经济核心产业链等与浙江省政府有关职能部门深入座谈交流。

浙江省政协副主席孙景森、郑继伟、马光明、周国辉，杭州市人大常委会主任李火林、市政协主席潘家玮出席学习考察活动。

“人气王”基社盟主席泽德宣布退出竞选 联盟党提名拉舍特为德总理候选人

■本报记者 吴妹

泽德20日上午在新闻发布会上确认退出竞选。他表示，“基民盟已作出决定，我们接受并尊重这一结果。我已致电拉舍特，并对他表示祝贺。我代表基社盟为他提供全力支持”。

德国联邦议院第一大党团联盟党属中右翼保守派。据“政客”网站报道，基民盟规模是基社盟的几倍，联盟党总理候选人通常出自该党。

但是今年该惯例却差点被打破。泽德这位“纽伦堡泥瓦匠的儿子”，凭借其个人魅力已成为政治明星，其人气远高于拉舍特。4月11日，泽德正式表态，有意代表联盟党竞选下届总理。一时间，拉舍

特和泽德关于联盟党总理候选人的争夺渐趋白热化。

泽德在基民盟中的支持者把筹码押在他对德国草根阶层的吸引力。德国公共广播联盟（ARD）的最新民调显示，44%的德国人认为泽德有能力在联邦议院选举中领导联盟党，而支持拉舍特的民众只有15%。德国INSA舆情研究所民调数据显示，泽德甚至超过默克尔成为德国最受欢迎的人物。

泽德凭借鲜明个性和平民主义的风格，与默克尔、拉舍特所倡导的理性主义政治风格形成强烈对比。人们普遍认为，现年60岁的拉舍特在政治理念上与默克

尔非常接近，在国防部长卡伦鲍尔辞去基民盟主席后，拉舍特于今年1月出任该职位。

20日凌晨公布的投票结果基本结束了拉舍特和泽德为期一周的激烈争夺，泽德虽然赢得了人气，但拉舍特最终得到基民盟高层的政治支持。

“政客”网站评论认为，拉舍特和泽德的竞争揭示了基民盟内部的分裂。德国《商报》认为，“任何获胜者在联邦议院选举中都不会处于强势地位”。《南德意志报》则直言不讳地说：“无论拉舍特还是泽德获胜，面对严厉以待的绿党，团结联盟党的任务都很艰巨。”

目前，绿党是联盟党最强劲的对手。最近几个月来，联盟党因抗疫不力 and 一系列腐败丑闻而受到批评，其支持率从年初的36%跌至28%。与之相反，绿党的支持率升至21%。4月19日，绿党联合领导人安娜丽娜·拜尔波克被推选为绿党总理候选人。

为健康生活赋能，“安利”给你科普知识

撰稿 / 萧丁

4月15日，安利(中国)联合中国健康教育中心、中国疾控中心、中国营养学会等权威机构，在安利杭州体验馆揭牌“健康促进科普基地”。这是安利继其在北京、上海、广州旗舰店以及广州生产基地、无锡植物研发中心后，落成的第六个“健康促进科普基地”。

安利创建一个又一个“健康促进科普基地”有何深意？

原来，随着“健康中国”战略全面推进，“大健康”产业面临井喷式发展趋势，而新冠疫情使得这一发展趋势得以提速。安利看到了一个普遍性的矛盾，即“健康人人要，知识有盲点”。许多人渴望有个健康体魄，但在通往健康的道路上，由于健康知识匮乏，往往导致道听途说、无所适从。为此，安利(中国)总裁余放说，创建“健康促进科普基地”，将开展各种寓教于乐的营养健康科普项目，包括公益营养讲座、健康科普展览、健康生活社群活动、免费的体质检测服务等。她在杭州揭牌仪式上还表示，作为国际营养健康行业的龙头企业，安利将抓住“健康中国”建设的战略机遇，发挥产品、品牌、研发和服务优势，聚焦大健康赛道，成为由创业者主导、为消费者提供整体健康解决方案的大健康行业领导者。

浙江省营养学会理事长、浙江省预防医学会副会长朱善宽教授在杭州揭牌仪式上表示，“健康促进科普基地”以促进公众养成健康行为和生活方式为己任。这是为“健康中国”建设赋能，也为普通民众的健康赋能。



▲ 安利杭州体验馆“健康促进科普基地”揭牌仪式
▲ 安利墨西哥农场

大健康行业呈现一派“新蓝海”

因受新冠疫情威胁，不少人似乎顿悟“健康消费才是第一刚需”。这一共识促使“健康中国”战略获得更为广泛的支持，也催生了相关产业发展，并有力带动经济复苏。

从2019到2020，中国人均GDP连续两年超过1万美元，消费升级成为大趋势，人们比以往有了更强的意愿去投资健康。据余放介绍，新冠疫情一发生，安利的供应链立即遭遇挑战，凡是跟提升免疫力、消杀等有关的产品都面临“缺货”。安利及时组织复工复产，紧急调拨全球原材料，竭力满

足市场急需。与此同时，与免疫力相关的营养保健新产品也得以快速推出，安利纽崔莱在2020年的销售赢得了双位数增长。

从供应和消费两端看，中国的大健康产业呈现一派商业“新蓝海”。专业机构预测，到2030年，中国大健康产业规模有望达到16万亿，是目前产能的3倍。而放眼全球，美国、法国和德国的健康消费支出所占GDP比重均超过了10%，英国、日本、澳大利亚则在10%左右。与这些发达国家相比，目前中国健康产业规模仍然较小，其在GDP里占比不足5%。余放表示，伴随着中国国力增强、人口老龄化、中产阶级数量和人均收入增长，再加上人们的观念普遍从“以治病为中心”转向“以健康为中心”，中国人用于健康服务的消费比重将持续增加。未来十年，营养保健品行业约有4至6倍的增长空间。大健康产业将作为中国社会经济发展的一个重要支柱，在拉动内需、带动新兴行业发展、降低医疗成本、提升居民幸福感和生活质量等方面，助力各方多

倾力打造全产业链核心优势

赢，推动经济社会可持续和高质量发展。

余放表示，从研发到生产，围绕大健康产业打造出一条“从种子到成品”的完整产业链条，其中特别值得一提的是：全流程质量管控体系，即以筛选种子、选择农场、到采收、萃取、生产、包装等，每一个环节都做到了“可追溯”。无疑，这有力支撑了消费者的信赖感和安全感。

聊到“研发”优势，安利亚洲科技创新中心副总裁陈佳补充介绍道，安利之所以在大健康产业领域积累了优势，首先是“起步早”。87年前，纽崔莱创始人卡尔·宏邦先生就从植物中提取了维生素，并将这一成果产业化，被誉为“维生素产业之父”。而安利研发优势之核心，是坚定不移地研究植物的有机种植、植物提取物的有效性以及这些物质对人体健康的作用机制等。安利已经多次参与国家“十三五”重点研发计划，研究土壤污染治理以及中药现代化。在新冠疫情背景下，安利加快了中草药产品研发和上市速度，陆续推出应用传统汉方、以高品质中草药为原料的营养补充产品。这些帮助增强免疫力、改善微循环、提升抗氧

社群、数字化、创业“三足鼎立”

化能力的产品，受到了消费者喜爱。去年，安利在中国成立了亚洲保健食品研发中心，提速研发上市更多符合中国和亚洲消费者的产品，不断满足消费者个性化、品质化需求。

然而面对健康需求，许多人从观念到行动，都存在不少困难。一方面，信息爆炸的时代，养生保健信息鱼龙混杂、良莠不齐；另一方面，知易行难，有了一些知识，行动力却跟不上，以致很难一下子养成健康的生活方式。

余放介绍，安利的核心优势不仅是为消费者提供优质的产品，而且也包括多年来，为营销骨干开展产品及服务技能培训，使得他们成为能够帮助消费者的“健康生活顾问”。他们必须比别人过得更健康、更积极，并且运用线上线下融合的健康生活社群，通过社交媒体分享个人兴趣、秀出健康生活，也通过社交电商释放创业热情，用陪伴式的方式，与消费者共同学习、互相监督、彼此鼓励，帮助消费者掌握科学的营养健康知识，把知识变成行动，把行动养成习

惯，建立健康的生活方式，为消费者提供一站式营养健康解决方案。

迈向转型的“新安利”，正持续以数字化新基建为引擎，实现了三个“打造”。第一，打造一个拥有良好体验的线上电商平台，24小时送达比例近9成；第二，打造一个营销人员专属的成长平台，开发企业微信的社群管理工具，帮助营销人员进行高效的沟通管理，实现“一人管千群”。帮助他们构建数字化新能力，依托健康社群拓展和链接顾客；第三，打造一个智能化、个性化、生活化的营养健康服务平台。今年上线的“小安营养师微信小程序”，基于健康大数据和人工智能算法，为青少年、孕产妇、上班族、中老年、慢性病等不同的人群作了细分，并聚焦公众普遍关注的几大健康重点问题，譬如免疫、肠道、骨骼、抗衰老、减重塑形等，为顾客定制一套健康方案，全方位服务消费者健康生活的方方面面。

据安利(中国)副总裁黄圣文介绍，安利的“初心”是帮助每一个普通人通过努力过上更好、更健康的生活。在安利这个大众创业平台上，不管什么年龄、背景，都可以去释放潜能。而安利始终为创业者提供各种学习成长的机会，社交电商的平台以及多元的产品支持。一言以蔽之，这就是安利的企业文化：和所有营销人员都建立一种“伙伴关系”。