

关注巴以冲突

外交部:  
对美再次否决  
加沙停火强烈失望和不满

针对美国在联合国安理会再次否决有关呼吁在加沙地带停火的决议草案,外交部发言人毛宁2月21日在例行记者会上表示,美国再次单独否决把加沙局势推到了更危险的境地,包括中方在内有关各方均对此表示强烈失望和不满。

安理会20日就阿拉伯国家代表阿拉伯国家提出的要求在加沙地带立即实现人道停火的决议草案进行表决,因美国单独否决,决议草案未获通过。

毛宁说,阿拉伯国家代表阿拉伯国家提出决议草案,要求在加沙立即实现停火、立即释放全部人质、保障人道物资准入、反对强制迁移,这既是形势的迫切需要,也是基于人道最起码的要求,得到了安理会绝大多数成员的支持,中国投了赞成票。

“安理会必须尽快采取行动推动停火止战,这是不容推辞的道德义务,是必须承担的法律义务,也是履行《联合国宪章》的政治要求。”毛宁表示,中国常驻联合国代表已在表决后的解释性发言中全面阐述了中方立场。

毛宁说,中方将继续同国际社会各方一道,推动安理会采取进一步负责任、有意义的行动,为早日平息加沙战火、缓解人道局势、推动落实“两国方案”、实现中东地区长治久安作出不懈努力。

据报道,2023年10月巴以新一轮大规模冲突爆发以来,以色列在加沙地带的军事行动已导致近3万人丧生。国际社会形成要求在加沙地带立即停火的压倒性呼声,但联合国安理会要求停火的决议草案多次遭到美国的阻挠。(据新华网)

以军在加沙地带打死  
数十名巴勒斯坦武装人员

以色列军方2月21日在战况通报中说,过去一天,以军在加沙地带打死21名巴勒斯坦武装人员。

通报说,以军在加沙地带的军事行动仍在继续。过去一天,在加沙地带加沙城的扎通区,以军袭击了巴勒斯坦伊斯兰抵抗运动(哈马斯)的数十个目标,包括武器库、观察哨和地道,打死数十名武装人员。在加沙地带南部,以军继续推进在汗尤尼斯的军事行动,袭击了巴武装人员多个目标。

通报还说,以色列国防军和以色列国家安全总局(辛贝特)20日晚联合行动,在约旦河西岸城市杰宁(辛贝特)20日晚联合行动,逮捕14人。通报说,自去年10月7日新一轮巴以冲突爆发以来,以军在约旦河西岸共逮捕3200名巴勒斯坦人。

据巴勒斯坦加沙地带卫生部门20日发布的数据,以军在24小时对加沙地带的袭击共造成103人死亡、142人受伤。(据新华网)

特朗普卖鞋

## “宇宙尽头”是带货还是选票?



▲特朗普品牌运动鞋专卖网站页面截图。 新华网 发

美国总统选战日渐升温之际,美国前总统特朗普日前出现在宾夕法尼亚州费城鞋展,化身“带货达人”,推介其本人同名品牌运动鞋,迅速冲上“热搜”。特朗普在费城会议中心激情“带货”时,迎来的既有嘘声又有欢呼声。这双金色高帮运动鞋印有美国星条旗元素图案和代表特朗普的大写英文字母“T”,在网上以399美元的价格出售。限量发行1000双。特朗普很自信:这鞋一定大卖。

## 1 “特氏金靴”受追捧

特朗普品牌运动鞋专卖网站称该“限量版”运动鞋已售罄,将于6月发货;在一些电商网站上,有买家将运动鞋转卖,鞋价顿时涨了好几倍;而有消息显示,在费城鞋展现场,一男子通过拍花了9000美元拿下一双“特氏金靴”。

社交媒体页面截图,页面上的解释文字说:美国一男子花了9000美元拍下特朗普品牌运动鞋除了鞋,这一网站还售卖特朗普品牌香水。这是特朗普2022年11月宣布参加2024年美国总统选举以来,再次从事营利性商业活动。他曾推出带有自己形象的数字交易卡,还出

过书。

售卖特朗普品牌运动鞋的网站声称自己“没有政治立场,与任何政治活动无关”。不过,根据特朗普去年公布的财务信息,运营这家网站的公司为特朗普所有。网站的广告介绍也充斥“战斗”气息,例如把那款金色运动鞋命名为“永不言败”,称其是“特朗普总统的首款官方运动鞋”,像他一样“大胆”“强悍”。

拜登竞选团队则对特朗普“卖鞋”冷嘲热讽,称他兜售盗版鞋,抄袭其他品牌球鞋设计。

## 2 带货只为拉选票

特朗普正再次竞选美国总统,并领跑共和党初选,还在近期一些模拟对阵中领先现任总统、民主党人拜登。在选战日渐升温之际,特朗普高调卖鞋为哪般?

就在特朗普推出自己品牌运动鞋的前一天,他因财务欺诈等罪名被法院判罚3.5亿美元,但他上月还在一桩诽谤官司中被判罚超过8500万美元赔偿金。显然,靠卖鞋支付这些罚款并不现实。

说到底,还是为了竞选。

一是转移视线。面对纽约州“天价”罚单,特朗普不服,要上诉。这本该是上周美国头条新闻,不想却被“特朗普卖鞋”抢走了“流量”,社交媒体热度高涨。了解特朗普的人知道,他向来看重周末新闻话题,显然不希望“特朗普被罚款”这样的负面词条“霸榜”,所以要制造更有话题度的噱头以转移舆论视线。

《纽约时报》首席时尚评论家妮妮萨·弗里德曼在文章中写道:人们的注意力很容易被这件事的荒唐所吸引——一个前总统,竟然在卖运动鞋!

二是争夺选票。多项民调显示,特朗普在共和党内部地位稳固,但想要在大选中战胜老对手拜登,特朗普需

要扩大选民阵营,吸引更多不同群体的选票。

美国运动鞋文化盛行,许多年轻人和非洲裔“爱鞋如命”,而这两大群体对于拜登连任十分关键。为了触及更多选民特别是年轻人,拜登近期开通了TikTok(抖音海外版)账号并发布问答视频。

弗里德曼表示,尝试打入“鞋圈”可能也是特朗普对拜登开设TikTok账号向年轻选民示好的回应。美联社文章指出,特朗普团队希望特朗普可以拉拢更多年轻和少数族裔选民,特别是非洲裔男性。

三是“吸金”。特朗普“法律负债”估计已累计超过5亿美元。美国商业杂志《福布斯》数据显示,特朗普净资产估计在26亿美元左右。另据特朗普一份书面证词,他手上大概有4亿美元现金。也就是说,特朗普有能力支付这些罚款,但现金不够。卖鞋可以帮助他获取更多资金,缓解部分财务压力。

美国大选向来乱象迭出,随着今年选战不断展开,美国政坛和社会或出现更多“奇葩怪事”。到时候,可能“特朗普卖鞋”也算不上什么了。

(据新华网)

▲2月15日,游客在哈尔滨冰雪大世界园区内游玩。 新华网 发

## 春节消费点亮中国龙年经济开门红

旅游消费多项指标创新高,电影票房和人次破纪录,免税、餐饮、汽车、家电等消费亮点纷呈……春节假期,国内消费市场迎来爆发,点亮龙年经济“开门红”。

专家表示,我国消费“马车”势能充足,未来将不断助力经济社会高质量发展,为龙年中国持续添彩。

## A 消费市场火爆点亮经济“开门红”

龙年春节,消费市场迎来爆发,出行旅游、餐饮购物、电影、文艺演出等各个领域都一派火爆场景。

城乡居民出游意愿高涨,带动旅游消费多项指标创历史新高。经文化和旅游部数据中心测算,春节假期8天全国国内旅游出游4.74亿人次,总花费6326.87亿元,同比2023年、2019年均大幅增长。

从细分市场来看,东北三省冰雪游、“山河四省”历史文化游

等掀起了新一轮的文旅热潮。在黑龙江哈尔滨,8天接待游客超千万;大年初一,“山河四省”旅游订单同比增幅均超15倍……

旅游火热也带动整体消费持续向好,国家税务总局增值税发票数据显示,今年春节假期,全国服务消费相关行业日均销售收入同比增长52.3%,旅游、住宿、餐饮服务消费快速增长。

“这哪是在过节,这是在‘打仗’!”来自成都吼堂老火锅的一位店长在朋友圈如是感慨,她所

在的门店有71张桌子,平均每天翻台九到十轮每天,更是在美团平台上呈现每天排队等位超过3000桌的火爆态势。

春节档电影票房和人次破纪录。国家电影局发布的数据显示,2024年春节档电影票房为80.16亿元,观影人次为1.63亿,相比2023年同期分别增长了18.47%和26.36%,均创同期新纪录。在春节档票房的带动下,截至目前,我国2024年电影总票房已突破110亿元。

## B “亮点+新意”送出推动经济提质扩容

今年春节,我国消费市场可谓亮点纷呈、新意十足,突出个性需求、文化特色、智能发展、健康理念的各种新型消费蓬勃发展,成为消费增长的重要引擎。

商务部发布的数据显示,春节期间,龙元素饰品、新中式服装鞋帽销量翻倍增长,国潮、国韵、国货大放异彩;县域市场里,国产洗地机、洗碗机等智能家居产品的销量增长六成以上;绿色有机食品销售额同比增长20%左右……

“给家里买了拖地机器人。”

大年初二,黑龙江鹤岗工农区居民何莹回家,教母亲如何用手机操作拖地机器人。

旅游消费方面,除了冰雪消费、文体消费格外火热外,探索小城年味、景区提灯夜游等个性化需求引领消费下沉,成为节假日经济增长的新引擎。在浙江嘉兴,水上年夜饭、乌镇长街宴等吸引五湖四海的游客齐聚一堂;在安徽黟县,古村落宏村旅游市场火热,让当地酒店、民宿一房难求……

此外,传统文化不断出新出彩,新春灯会、舞龙表演、庙会

市集、非遗秀场等活动成为游客新春出游的重要选择;多地博物馆围绕龙年主题开展“博物馆里阖家游”“春节游学知识”等特色活动……

2月18日,微信联合携程发布的《龙年春节消费“新意”观察》也展现了多个“新意”:过年“新方式”,运动健康、咖啡馆消费量分别同比增长超过60%与40%,分别带动经济快速增长;小吃增长明显;出行“新潮流”,香港居民北上过年成为新流动方向,内地游客出境游全面复苏……

## C “活力+潜力”彰显助力经济乘势而上

业内人士认为,龙年春节假期消费火爆,彰显了我国消费市场的潜力和经济发展的活力,也为新的一年经济的乘势而上开了个好头。

“消费是中国经济发展的一面镜子,春节市场供需两旺折射出中国经济持续回升向好的态势。”南京大学商学院产业经济学系主任吴福象说,“要进一步增强消费能力,改善消费条件,

创新消费场景,使消费潜力充分释放出来。”

美团研究院副院长厉基巍认为,春节假期,吃住行游购娱等多个生活服务业消费向好,同时各地打造的新型消费集聚区、节庆活动在促进消费方面的效果愈加显著,“餐饮+”“文旅+”等跨业态联动的场景大量涌现,平台线上线下营销手段不断翻新,2024全年消费市场有望持续提升。

温。

展望2024年,更多促消费措施正在路上。商务部副部长盛秋平近日表示,商务部将坚持“政策和活动”双轮驱动,办好系列消费促进活动,具体来看,主要包含以下五方面举措:办好“消费促进年”系列活动、稳定和扩大传统消费、培育壮大新型消费、扩大服务消费、优化消费环境。(据新华网)

游客在山东济南莱芜雪野滑雪场滑雪。 新华网 发