

观象台

疫情把「美式民主」打出原形

□ 林子涵

当地时间10月5日傍晚，华盛顿国家大教堂的钟一共敲了700声，每一声都代表1000个逝去的生命。人们用钟声来悼念美国此次新冠肺炎疫情中丧生的70多万人。当天，在华盛顿纪念碑下，还有近70万面小白旗插遍美国国家广场，9公顷的绿地几乎都被白色覆盖。广场的不远处，就是美国国会大厦和白宫。此时，端坐在两座煌煌建筑里的美国政客，心中若还有一丝良知，就该感到汗颜和羞愧，因为美式抗疫失败的根源，就在于他们对疫情的政治操演。

美国一直自诩为“民主典范”，然而，一场疫情迅速把“美式民主”打出原形，让美国社会治理的积弊暴露无遗。

政治化导致的低效与内耗，是病症之一。疫情暴发之初，美国民主、共和两党政客在“选情大于疫情”的政治角逐中，忽视疾控专家的多次警告，甚至发布虚假信息误导民众，妄称新冠病毒感染风险和死亡率“非常低”，疫情很快会“奇迹般消失”，当务之急是“重新开放经济”。当疫情渐趋严峻时，美国两党依然沉迷于“你赞同我就反对”的拆台游戏，对各自党派提出的疫情应对方案百般刁难，最终导致防疫措施执行迟缓，国家纾困法案因讨价还价而长时间难产。至今，两党及政客还在为戴口罩、打不打疫苗等最基础的防疫问题争论不休。显然，美国两党只考虑党派利益，从来没把人民利益放在眼里。正如英国剑桥大学高级研究员马丁·雅克所言，美国两极分化严重，共和党和民主党已不在同一个频道上对话，其后果就是政府日益瘫痪。

美国联邦体制运作失灵，是病症之二。疫情以来，不同党派操控的美国联邦、州和地方政府相互攻讦，导致各地防疫决策各行其是，混乱不堪。早在2020年4月，美国各州就上演了医疗物资抢购大战，联邦政府还从各州手中“截走征用”了价值数亿美元的医疗物资。《洛杉矶时报》称，人们期待联邦政府能扮演好“分配者”的角色，然而有些州迟迟没有从国家战略储备中获得充足物资。在保守派共和党人本营之一的佛罗里达州，共和党籍州长德桑蒂斯不顾美国教育部和疾控机构的反复呼吁，在8月下令禁止州内学校出台强制学生在课堂戴口罩的措施。此外，佛罗里达州还是唯一一个没有向美国教育部提交联邦救济资金校园防疫计划的州。包括佛罗里达州在内，美国南部多个州还在新冠疫苗接种率上长期拖全美后腿。

“美式民主”的腐朽崩坏，是病症之三。披着“自由平等”外衣的“美式民主”，已成为富人和利益集团的获益工具。疫情之初，时任美国国会参议院情报委员会主席理查德·伯尔等多名国会议员，涉嫌利用疫情投机倒把，一面面向公众隐瞒疫情风险，一面在股市大跌前抛售股票，大发灾难财。据美联储数据，疫情期间，全美最富有1%人口控制的资产达到底层50%美国人的近16倍。另据美国人口普查局的数据，非洲裔美国人的贫困率从2019年的18.8%升至2020年的19.5%，升幅在调查的各族裔中最高。而随着美国政府有关经济和就业救助项目的到期结束，美国少数族裔、弱势群体面临的生存压力将继续提升。

作为世界上医疗资源最丰富、科学技术最发达、囤积了远超其人口需要的新冠疫苗的国家，美国本应迅速控制国内疫情，并为全球抗疫作出贡献。然而，现实是，美国国内累计新冠肺炎确诊病例一路攀升至4415万例，2021年至今的死亡病例数已超过2020年总和。自诩“灯塔”的美国，如今成了疫情的最大“黑洞”，无数穷人、老人、有色人种等美国民众在这里被迫为政客的政治游戏付出生命代价。

当疫情暴露出美国政治的重重痼疾，所谓“山巅之城”“上帝选民”便已沦为笑谈。奉劝美国政客，多听听窗外哀鸣的丧钟，多看门前遍地的白旗，想想政治操演究竟给美国人民带来了怎样的悲剧。

累计新冠肺炎确诊病例超4433万例，累计死亡病例逾71万例

美国疫情恶性循环何时是头？

本报记者 严瑜

根据美国约翰斯·霍普金斯大学统计数据，截至美东时间10月10日22时01分（北京时间10月11日10时01分），美国累计新冠肺炎确诊病例超过4433万例，累计死亡病例超过71万例，过去28天内新增确诊逾329万例。

近几个月，由于新冠病毒变异以及美国政府抗疫不力等种种问题，美国的新冠肺炎疫情再次明显反弹。美媒批评称，应对疫情失败是美国最大的悲剧。

反弹未现缓和迹象

10月5日，美国华盛顿国家大教堂举行纪念活动：通过敲钟700下，纪念在新冠肺炎疫情中死亡的70余万美国人。早在6月10日，华盛顿国家大教堂就曾敲钟600下，纪念当时因疫情死亡的60万美国人。4个月间，美国新冠肺炎死亡病例持续攀升。

《今日美国》5日报道称，数据显示，美国新冠肺炎死亡病例总数已超过70.4万例，这意味着今年截至目前的死亡病例数已超过去年总和。2020年，全美共有35.2万人死于新冠肺炎。美媒直言，考虑到美国从今年春季开始已启动大范围接种新冠疫苗，“这一情况尤其令人感到悲伤”。

美国新增新冠肺炎确诊病例数同样居高不下。世界卫生组织最新发布的新冠肺炎疫情更新报告显示，在9月27日至10月3日的一周内，美国增加了76万多例确诊病例，报告新病例数居全球首位，远远超过排在其后的英国和土耳其。

种种事实表明，在德尔塔变异毒株的冲击下，美国新一轮疫情来势汹汹，没有好转迹象。

“美国此次疫情反弹的直接原因是前期防疫政策没有落到实处。现任政府指望通过广泛的疫苗接种，来防止疫情蔓延。但是，美国已有疫苗无法有效应对德尔塔变异毒株，而现任政府也未及时调整防疫政策，仍然根据之前的计划，有条件地开放经济，甚至宣布准备在11月初开始打开国门。”中国国际问题研究院亚太研究所副所长张腾军在接受本报记者采访时指出，美国政府试图在防疫和经济之间寻求平衡，但显然顾此失彼。

清华大学社会科学学院副院长赵可金向本报记者分析称，美国疫情反弹还与部分民众不愿接种新冠疫苗有关。“尽管美国国内疫苗产能充足，但民众接种意愿不高。”

美国媒体近日报道称，美国仍有大约7000万

脆弱群体没有接种新冠疫苗。不少医生发现，本轮美国疫情高峰中感染新冠病毒的患者几乎没有接种过疫苗。分析指出，直到现在，围绕接种疫苗、佩戴口罩等防疫措施，美国社会仍然存在严重分歧。同时，美国国内与疫苗相关的阴谋论正在满天飞。如果这样的态势持续下去，美国的新冠疫苗接种率会进一步下降。

疫情政治化是根源

自疫情暴发以来，美国深陷疫情泥潭，不断面临反弹压力。所谓“超级大国”已然成为“全球第一抗疫失败国”。为何美国始终无法摆脱疫情反复的恶性循环？

“将疫情政治化是最直接的根源。共和党与民主党都将疫情当‘政治牌’来打，试图拿疫情做文章，来提升自身在选举中的支持率，捞取更多政治利益。现任政府虽然声称将民众生命放在第一位，但实际上执行防疫措施并不严格，考虑更多的是如何尽快复苏经济，来巩固选民支持。共和党同样不遗余力地将疫情同现任政府绑在一起，只要是现任政府下达的防疫指令，共和党领导的州都不积极配合。”张腾军说。

美国盖洛普咨询公司统计的最新数据显示，目前在民主党领导的州，92%的人完成了至少1剂新冠疫苗的接种，而在共和党领导的州，仅有56%的人完成了1剂疫苗接种，导致美国各地疫情形势截然不同。目前，美国新冠肺炎感染率、住院率、死亡率最高的州几乎都是共和党领导的州，与民主党领导的州疫情稍有趋缓的形势形成对比。

赵可金认为，美国疫情反复还暴露出所谓“开放社会”的漏洞，即无法真正保证民众安全。“在所谓‘开放社会’，每当遇到重大危机，往往需要通过集权来应对安全问题。然而，疫情发生以来，美国政府始终没有认真对待，民众对总统的表现也不满意，导致总统权力无法集中，疫情防控出现巨大漏洞。”

9月底，美国皮尤研究中心发布的一项调查显示，自7月以来，美国总统拜登的支持率呈急剧下降趋势，仅44%的受访美国成年人赞成其工作表现。

赵可金指出，目前美国政府面临一个困境，即虽然储备了大量新冠疫苗，但是无法解决民众不愿接种的问题。“美国政府又不愿学习其他国家成熟精准的防疫经验，只能使得疫情如波浪般此起彼伏，成为一种常态。”

社会极化将更凸显

美国公共卫生局局长穆尔蒂9月接受采访时曾表示，未来美国的新冠肺炎疫情不会出现“快速而明确”的转折点，美国已经很难回归正常。有分析指出，随着北半球冬季的到来，新冠病毒将获得一个更加适宜的传播环境，美国的防疫局势或将更加危急。

“接下来，美国抗疫面临的最直接挑战在于疫苗接种。美国政府希望通过推动国内老年人及更广泛的群体接种新冠疫苗加强针，来更好地预防感染德尔塔病毒。但显然，这一政策并未得到广泛响应。”张腾军分析称。

更大的阻力来自美国政治体制本身的痼疾。赵可金指出，当前共和党内的保守派仍旧采取不合作的态度，如何实现国内团结是美国当下急需解决的问题。“政治极化严重耗损了美国的政治能量，导致包括抗疫在内的治国理政各个领域都出现问题。”

“随着明年美国中期选举临近，疫情、经济等议题必然成为焦点。两党会不遗余力地炒作疫情，将疫情高度政治化。”张腾军分析称，未来一段时间，从美国国会参众两院到各州，两个级别的候选人都可能参与到疫情政治化的运动中，由此消减防疫政策的效力，推动美国国内疫情朝着一个更不可控的方向发展。

美国政治新闻网也坦言，美国在政治上陷入分裂，以至于很多清楚新冠变异病毒危险性的卫生官员往往含糊其辞，不愿做出明确表态，使得美国卫生部门很难向公众传达卫生信息，从而增加了疫情继续扩大的风险。

反复不断的疫情正给美国经济、社会造成深刻影响。9月下旬，美联储将今年美国经济增长预期从7%下调至5.9%。

“如果疫情无法得到彻底控制，美国经济增长将持续乏力，缺乏后劲，这就会带来一系列社会问题，包括贫富差距拉大、社会阶层分化更加明显、种族关系日趋紧张等。”张腾军分析称，极化现象也将在美国社会更加凸显，不再只存在于政治层面。

赵可金指出，疫情带来的负面影响集中体现在美国穷人身上。“一方面，穷人缺乏社会保障，防护措施不到位；另一方面，社会救助体系无力承担，政府又不愿干预。在这种情况下，穷人在疫情的反复冲击之下更容易成为牺牲品。长远来说，美国的社会结构肯定会受到影响。”

到黄埔去，共享精彩

黄埔区、广州开发区2021形象宣传片全球发布

10月1日，黄埔区、广州开发区2021形象宣传片《到黄埔去，共享精彩》(ENJOY THE WONDERFUL HUANGPU)全新亮相，新华社客户端、新华网、“广州黄埔发布”微信公众号、“YES, Huangpu!”海外脸书平台等同步上线。

宣传片用5分半钟的时长，以小切口的温馨故事、全新的视觉，全方位塑造黄埔区、广州开发区奋力打造粤港澳大湾区高质量发展核心引擎的新形象，充分展现“我们的精彩就在黄埔”的向心引力。精剪版形象短片亮相法国巴黎春天百货户外大屏，向全球再次发出“到黄埔去”时代强音。

为黄埔代言，为奋斗者立像

《到黄埔去，共享精彩》采用故事化的创意设计和电影化的拍摄手法，通过一位黄埔小女孩登台圆梦的心路历程，讲述了一个三口之家在黄埔扎根、成长、奋斗的动人故事与情感记忆，以一个家庭生活场景，延伸到更多奋斗者在黄埔的经历见闻，记录与展现黄埔敢为人先、勇立潮头的发展脉搏，让观众看到这里的“美”，看到身边的“像”。

宣传片将镜头延伸至不同领域的人们在这里不懈奋斗的“黄埔故事”——共和国勋章获得者、中国工程院院士钟南山，中国科学院院士施一公、中国科学院外籍院士王晓东、中国科学院院士赵宇亮等，以及著名音乐人李海鹰、书画家许钦松、粤剧演员吴非凡、广绣传人陆柳卿等为黄埔“代言”，彰显“黄埔引力”；黄埔铁军、黄埔马拉松跑团、黄埔军校讲解员、学生合唱团、“猎鹰号”战疫方舱实验室科研工作者等来自各行各业、不同年龄段的黄埔人展现风采，展露“黄埔风潮”。

配乐是宣传片一大亮点，以著名音乐人李海鹰为黄埔创作的歌曲《到黄埔去》作变奏编曲，音乐从舒缓到激昂，贯穿全片。

进军“四个万亿”，释放世界级吸引力

从古至今，黄埔便是广州对外开放的重要窗口，见证了古代海上丝绸之路的繁华。如今，在“一带一路”搭建的世界舞台上，黄埔足音

铿锵，经贸联系“朋友圈”遍布100多个国家和地区。

在宣传片《到黄埔去，共享精彩》中，小女孩父亲这一角色成为在黄埔创新创业的“奋斗者们”的缩影和代表，用拼搏的汗水续写黄埔动能澎湃的兴业之势。

黄埔区、广州开发区已成为粤港澳大湾区最具吸引力的产业资源汇集地之一，引进院士103名、高层次人才1151人，招引GE、百济神州、龙沙、诺诚健华等优质项目近千个，集聚高端研发机构1千多家，培育孵化科技企业近5万家、专精特新企业达100家。

宣传片中，黄埔“四区四中心”高质量发展的蓝图在“双区”建设、“双城”联动的大背景下徐徐展开。中新广州知识城聚焦“在政策支持和创新驱动上下功夫”，“一核两心多园”全面布局，成为知识经济发展样板之城；广州科学城聚焦“五年大变化”，打造“一核三区两轴”区域创新格局，成为广州总部经济最为集聚、创新活力最为强劲的区域之一；黄埔港聚焦“古港”“良港”焕发新活力，人工智能与数字经济试验区（鱼珠片区）全面启动，扎实推进珠江黄埔段沿岸高质量发展；广州国际生物岛聚焦高端生物医药研发，集聚一批知名的生物医药研发机构和科学家。

作为广州乃至粤港澳大湾区实体经济主战场、科技创新主引擎，黄埔区、广州开发区坚持实体立区、制造为本，以产业规模化、科技化、智能化推动“黄埔制造”高质量发展。目前，全区形成汽车、电子、能源3大千亿级产业集群，生物医药、化工、食品饮料、电气机械4大五百亿级产业集群，集聚千亿元企业1家、500亿元企业2家、百亿元企业15家。

“十四五”时期，黄埔区、广州开发区将实施“四个万亿”计划，工业总产值已突破8000亿元的黄埔将加速奔向“万亿制造”；到2025年，规模以上工业总产值将迈入万亿级序列，全力打造“中国工业最强区”。

从相约黄埔到扎根黄埔，打造幸福城区

《到黄埔去，共享精彩》是黄埔区、广州开发区继2019形象宣传片《黄埔之约》后，全新升级打造“到黄埔去”品牌IP的又一精品力作。从

“黄埔之约”到“扎根黄埔”，越来越多创新企业和人才来到黄埔，续写新的精彩篇章。

如今走进黄埔，到处机器轰鸣、塔吊林立，到处创新潮涌、活力四射，到处绿树成荫、鸟语花香，俨然一座山有水好风光、生产生活生态的现代化新城。

宣传片勾勒出黄埔的城市楼宇、营商环境和宜居生态。古朴隽永的玉岩书院、彩虹桥云端绿道、知识城凤凰湖等黄埔风光，还有以深井烧鹅为代表的美食、精致细腻的广绣等，展现着黄埔独具的历史风韵与隽永魅力。

当前，黄埔区、广州开发区正加快构建共建共治共享格局，全力打造共同富裕实践区，民生事业蒸蒸日上。一批高端教育医疗项目相继落户，珠江国际慢岛、千年波罗诞展现独特魅力，黄埔马拉松、水舞声光秀、广州海事博物馆、四面山香雪人才广场等成为黄埔文化新标识，涌现迺下、莲塘、麦村等特色精品村，洋田村获评全国乡村振兴示范村。

数据来源：中共广州市黄埔区委宣传部



黄埔2021形象宣传片在法国巴黎春天百货户外大屏播放