

解构“中国恐惧症”：杯弓蛇影，百害无益

新华社记者

近年来，在国际格局和新旧力量对比发生变化的大背景下，美国国内过度夸大中国实力、强调中国将“主导世界”的“恐华”论调显著升温，甚至成为美两党出台对华强硬政策的重要依据。究其本质，“中国恐惧症”乃是杯弓蛇影式妄想症的一种，有害而无一益。

历史上，基于所谓“黄祸”论的“中国恐惧症”，是种族主义的衍生物，在欧美喧嚷一时。早在19世纪，欧美对中国和中国人偏见，曾借助大众传媒得到传播和强化，其对东西方关系的消极影响遗留至今。进入新世纪之后，污蔑中国的“黄祸”论偶尔还在欧美报刊上露头，甚至堂而皇之地登上报刊封面。

通过炮制“恐惧症”，来制造一个对手，进而打压之，是美国的一贯伎俩。一个可参照的事例是上世纪八九十年代出现的“日本恐惧症”。那时，日本国内生产总值(GDP)接近美国的70%，经济实力逼近美国，日本人还收购了纽约地标——洛克菲勒中心。随之，美国胁迫日本签署《广场协议》，日本被迫升值日元，进而加剧泡沫经济，泡沫破裂后即遭遇“失去的二十年”。

近年来，中国发展速度之快，令美西方一些人和势力感到“威胁”，非常“不适”。尤其是作为全球霸主的美国，不能接受中国的和平崛起，不能容忍个别领域被中国赶超，认为这严重威胁美国的全球利益，挑战美国的世界领导地位。于是乎，一些人和势力联手组建反

华“小圈子”，大造“中国威胁论”，炮制新版“中国恐惧症”，以孤立中国、遏制中国。

为什么说“中国恐惧症”乃是杯弓蛇影？其一，应客观看待中美实力对比变化。尽管中国的经济总量在缩小与美国的差距，但美国依然是世界头号经济体。尤其在人均收入方面，中美仍然存在较大差距，中国人均GDP只有美国的六分之一。美国在军事、科技创新等许多领域仍遥遥领先。即便若干年后，中国经济总量超过美国，也不能就此认定中国的综合实力超过美国。毕竟，经济总量不是衡量地缘政治实力的唯一标准。正如美国著名国际政治学者约瑟夫·奈指出，声称中国主导国际秩序和美国已衰落的人没有全方位地考虑实力因素；美国军费开支仍是中国的近四倍，美在关键技术上一直保持领先。前白宫国安会中国事务主任何瑞恩认为，当前关于中国不可阻挡地崛起、即将超越摇摇欲坠的美国的说法远非事实。

其二，美国政坛对中国历史文化知之甚少。中国人向来讲究“和为贵”，中国发展不是要取代谁、打败谁。中国文化的崇善尚仁、中庸、和合，倡导诚信、责任、和谐，这些核心理念和价值观让中华文明持续五千年未曾断绝，至今仍熠熠生

辉，展现出凝聚力、创造力、发展力。中国坚持走和平发展道路，坚持同世界各国和平相处、合作共赢，从不谋求世界霸权，中国将走出一条与传统大国轨迹不同的和平崛起之路。

其三，中国没有也无意试图构建与美对抗的全球同盟体系。勤劳的中国人民通过自己的辛勤劳动过上越来越好的生活。中国在世界政治、经济、军事等各领域都发挥着高度负责任的作用。中国没有主动发起过战争，没有干预过别国内政，没有侵占过别国一寸领土，没有“拉帮结派”动辄威胁、制裁他国。中国在政策和行动上都光明磊落，坦坦荡荡，秉信“独乐不如众乐乐”，“一带一路”倡议即是明证。

其四，中国没有也无意发动对美意识形态对抗。中国始终相信，世界是丰富多彩的。中国尊重各国人民自主选择发展道路的权利，不会输出制度与模式，更不愿搞意识形态对抗，将继续以实际行动维护世界文明的多样性，推动发展模式的交流互鉴。中国没有刻意疏远美国认定的“民主国家”，中国前十大贸易伙伴中美国及其盟友占8个。在许多发展中国家，中国人修

桥修路，建学校、医院，援非医疗队数十年来帮助非洲人民与疾病作斗争，但中国从未对这些国家提出任何政治先决条件，没有要求“跟谁走、不跟谁走”。

哥伦比亚大学教授柯庆生认为，没有证据表明中国试图在世界各地传播自己的意识形态，也没有证据表明中国与其他国家的关系建立在意识形态基础之上。

四 鼓噪“中国恐惧症”，进而以此构建对华政策注定失败。何瑞恩认为，对华恐惧症将滋生焦虑和不安全感，导致对中国的过度反应，进而产生糟糕决策，最终损害美国自身竞争力，所以认清中国是美国政府正确制定中国政策的第一步。

柯庆生认为，对华采取冷战遏制的主张误解中国挑战的性质，借此制定的政策只会削弱美国自己；美国同盟政策或多边外交集中在与中国意识形态斗争上将是严重错误；如果美国参照冷战剧本，动员盟友和伙伴共同反对中国，或试图减缓中国经济增长及限制中国国际影响力，将大错特错；美多数盟友不认为中国是重大威胁，不会参加美国领导的对华冷战遏制努力。

约瑟夫·奈表示，中国的存在没有对美国构成威胁，在当前情况下，中美之间应保持接触，寻找机会，建立合作。

美国知名学者和媒体人扎卡里亚曾经在《外交事务》杂志上发表文章指出，中国是当前在地缘政治和军事领域高度负责的国家，与美形成巨大反差。对华发动冷战将严重拖累美国经济，受益的只是美军工产业。西方必须接受中国在现行国际体系中扮演更重要角色，而不是不计成本孤立中国。

专家们认为，鼓噪“中国恐惧症”对美有三大负面影响：一是加剧美内外政策走偏，对削弱中国优势的过度关注可能导致美国忽略本国最重要的任务，比如增强自身优势；二是恶化国内政治斗争，使中国话题沦为政客诋毁对手软弱的工具；三是扩大与盟友和伙伴分歧，几乎没有一个盟友和伙伴认同中国是事关生死存亡威胁的观点，如果美方以此制定政策，试图伤害中国，最终将对美国造成同等甚至更大伤害。

新华社北京5月6日电(记者吴雨)6日出炉的最新数据显示，2021年5月1日至5日，网联、银联共处理网络支付业务6.97万亿元，创同期新高。假日经济再现活力，“吃、购、游”是大多数老百姓假日生活消费的主旋律。

网联清算有限公司介绍，1日至5日，网联平台共处理资金类跨机构网络支付交易85.32亿笔，金额5.06万亿元，日均交易笔数和金额同比分别增长26.07%和46.48%，整体交易数据更是较疫情前显著增长。

中国银联数据显示，1日至5日，“五一”假期5天的交易金额为1.91万亿元，较去年同期增长5.5%，总量和日均数值均创同期新高。其中，餐饮、宾馆住宿和百货购物等相关行业的消费金额同比增长增速靠前，餐饮行业增长超三成，宾馆住宿、百货购物分别增长近两成。

此外，在假期经济拉动下，文娱市场繁荣发展。网联平台数据显示，1日至5日，影视娱乐相关网络支付日均交易笔数和金额，较去年同期分别增长172%和161%。

新华社北京5月6日电(记者赵旭)记者从北京市园林绿化局获悉，“五一”假期期间，北京全市公园风景区共接待游客768万人次，比去年同期增加77%，与2019年同期相比增加6%。

北京市园林绿化局有关负责人表示，“五一”假期期间，全市公园风景区严格落实“预约、扫码、测温、限流、错峰”等疫情防控措施，全市公园预约78万人次，其中市属公园预约66万人次，在确保不超过75%限流管控的基础上，科学安排游客入园游览，确保公园门

无游客扎堆聚集。今年春季以来，北京市各类公园风景区共推出172个面积在1000平方米以上的春季赏花片区供广大市民选择游览观赏。此外，各大公园还推出花卉展摆、文化展览、民俗体验等68项特色文化活动。

延边州生态环境保护工作领导小组办公室关于集中开展生态环境信访举报的通告

为切实巩固全州“十三五”污染防治攻坚战成果，持续提升生态环境质量，实现“十四五”期间生态环境保护工作良好开局，全面迎接中央和省第二轮生态环境保护督察进驻。经州生态环境保护工作领导小组办公室研究决定，我州在大力开展生态环境整治“百日攻坚”行动的同时，集中受理生态环境信访举报案件，欢迎州内广大群众就污染破坏生态环境问题进行投诉举报，现将相关事宜通告如下：

一、受理范围 延边州行政区域内涉及水、大气、土壤、噪声环境污染问题；涉及林、草、湿地等破坏生态环境问题；其他涉及生态环境的违法违规问题。

二、受理时间 集中受理时间：2021年4月25日至5月31日(节假日除外)，工作日上午8:30至11:00，下午13:30至16:30。

三、投诉举报方式 群众可采取来信、致电方式渠道进行投诉举报。州生态环境局将适时定期收集整理各类举报内容，及时反馈公布，并督促立行立改。

延边州生态环境保护工作领导小组办公室 2021年4月25日

新华社北京5月6日电(记者吴雨)6日出炉的最新数据显示，2021年5月1日至5日，网联、银联共处理网络支付业务6.97万亿元，创同期新高。假日经济再现活力，“吃、购、游”是大多数老百姓假日生活消费的主旋律。

网联清算有限公司介绍，1日至5日，网联平台共处理资金类跨机构网络支付交易85.32亿笔，金额5.06万亿元，日均交易笔数和金额同比分别增长26.07%和46.48%，整体交易数据更是较疫情前显著增长。

中国银联数据显示，1日至5日，“五一”假期5天的交易金额为1.91万亿元，较去年同期增长5.5%，总量和日均数值均创同期新高。其中，餐饮、宾馆住宿和百货购物等相关行业的消费金额同比增长增速靠前，餐饮行业增长超三成，宾馆住宿、百货购物分别增长近两成。

此外，在假期经济拉动下，文娱市场繁荣发展。网联平台数据显示，1日至5日，影视娱乐相关网络支付日均交易笔数和金额，较去年同期分别增长172%和161%。

“五一”假期全国揽投快递包裹近26亿件

新华社记者

新华社北京5月6日电(记者戴小河)国家邮政局监测数据显示，“五一”假期全国邮政快递业揽投快递包裹近26亿件。其中，揽收快递包裹13.4亿件，同比增长22.95%，与2019年同期相比增长97.13%；投递快递包裹12.5亿件，同比增长22.28%，与2019年同期相比增长91.77%。总体保持安全稳定、高位有序运行的良好态势。

今年以来，邮政快递业保持高速增长态势，一季度邮政快递业四项主要经济指标同比增幅及与2019年同期相比均超过35%。“五一”假期，农产品网络销售继续保持快速增长态势。去年邮政快递业启动“快递进村”工程以来，农村服务能力明显增强，帮助农村居民

开启便利新生活。5月1日至5日，全国农村地区揽收快递包裹2.2亿件，投递快递包裹3.6亿件，同比增长均达30%，超过城市地区同比增速10个百分点。与此同时，城市末端服务更加多元高效，末端服务能力持续提升。

同时，邮政快递企业按照邮政管理部门统一部署，统筹做好疫情防控、安全生产和寄递服务保障工作，全力满足人民群众节日期间寄递服务需求。严格落实寄递安全三项制度，突出抓好快递员合法权益保障和快递企业基层网点稳定工作，加强转运中心、干线车辆、末端网点的安全管理，全行业未发生重大安全生产事故。

新华社武汉5月6日电(记者黎昌政)湖北省卫健委6日发布最新数据，截至5月5日，全省累计报告接种新冠病毒疫苗2016.5324万剂次，最大日接种量106.8836万剂次。

2020年12月15日以来，湖北对感染和传播风险高的重点人群开展新冠病毒疫苗接种工作。今年3月25日起，在完成前期重点人群接种基础上，全面扩大接种人群范围，对18岁以上人员，按照“应接尽接、梯次推进、突出重点、保障安全”的原则推进。4月10日，全省累计报告接种超过1000万剂次。

全面扩大接种人群范围以来，湖北有力有序做好疫苗供应保障、宣传发动、经费保障和规范接种工作。据湖北省卫健委有关负责同志介绍，全省已建立省级统一采购、统一结算、统一调配的工作机制，科学精准抓好疫苗库存管理，全

道销售额同比增长86%，假期5日的销售总额创历年最高峰值。“在数字化大背景下，上海‘五五购物节’成了零售企业数字化转型的练兵场和加速器。”苏宁易购集团副董事长孙为民介绍，借助“五五购物节”，企业将推动智慧零售战略在长三角全面落地。

百联集团副总裁浦静波表示，在“五五购物节”效应的提振下，通过电子消费券的提振和数字化赋能，百联集团上半年销售额的再创新高。首发经济同样成为拉动消费的新“武器”。4月30日晚上，2021上海全球新品首发季”正式启动，累计超过550个国内外品牌计划在沪首发2800多款新品，其中国际品牌超过100个。

欧莱雅北亚区总裁兼中国首席执行官费博瑞介绍，企业不仅在“五五购物节”期间开出巴黎欧莱雅全球首家旗舰店、首发约100款新品，还将上海原本的中国区总部“升级”为北亚区总部，更加坚定地拥抱中国市场。

节日期间，化妆品、汽车等“消费升级”品类增长尤为显著。上海重点监测企业化妆品类商品销售同比增长46.9%，而消费市场大数据实验室(上海)数据显示，5月1日至3日，汽车销售同比增长23.9%，其中新能源汽车销售同比增长159.0%。

线上线下的协同效应发挥带来的数据消费新格局也是节日消费的新亮点。苏宁易购发布的数据显示，得益于线上线下的协同效应，“五一”期间，上海地区的全渠

道销售额同比增长86%，假期5日的销售总额创历年最高峰值。“在数字化大背景下，上海‘五五购物节’成了零售企业数字化转型的练兵场和加速器。”苏宁易购集团副董事长孙为民介绍，借助“五五购物节”，企业将推动智慧零售战略在长三角全面落地。

百联集团副总裁浦静波表示，在“五五购物节”效应的提振下，通过电子消费券的提振和数字化赋能，百联集团上半年销售额的再创新高。首发经济同样成为拉动消费的新“武器”。4月30日晚上，2021上海全球新品首发季”正式启动，累计超过550个国内外品牌计划在沪首发2800多款新品，其中国际品牌超过100个。

欧莱雅北亚区总裁兼中国首席执行官费博瑞介绍，企业不仅在“五五购物节”期间开出巴黎欧莱雅全球首家旗舰店、首发约100款新品，还将上海原本的中国区总部“升级”为北亚区总部，更加坚定地拥抱中国市场。

节日期间，化妆品、汽车等“消费升级”品类增长尤为显著。上海重点监测企业化妆品类商品销售同比增长46.9%，而消费市场大数据实验室(上海)数据显示，5月1日至3日，汽车销售同比增长23.9%，其中新能源汽车销售同比增长159.0%。

线上线下的协同效应发挥带来的数据消费新格局也是节日消费的新亮点。苏宁易购发布的数据显示，得益于线上线下的协同效应，“五一”期间，上海地区的全渠

道销售额同比增长86%，假期5日的销售总额创历年最高峰值。

“在数字化大背景下，上海‘五五购物节’成了零售企业数字化转型的练兵场和加速器。”苏宁易购集团副董事长孙为民介绍，借助“五五购物节”，企业将推动智慧零售战略在长三角全面落地。



北京：“五一”假期各类公园接待游客768万人次

新华社北京5月6日电(记者赵旭)记者从北京市园林绿化局获悉，“五一”假期期间，北京全市公园风景区共接待游客768万人次，比去年同期增加77%，与2019年同期相比增加6%。

延边州生态环境保护工作领导小组办公室关于集中开展生态环境信访举报的通告

为切实巩固全州“十三五”污染防治攻坚战成果，持续提升生态环境质量，实现“十四五”期间生态环境保护工作良好开局，全面迎接中央和省第二轮生态环境保护督察进驻。经州生态环境保护工作领导小组办公室研究决定，我州在大力开展生态环境整治“百日攻坚”行动的同时，集中受理生态环境信访举报案件，欢迎州内广大群众就污染破坏生态环境问题进行投诉举报，现将相关事宜通告如下：

延边州生态环境保护工作领导小组办公室 2021年4月25日

湖北省新冠病毒疫苗接种超过2000万剂次

新华社记者

新华社武汉5月6日电(记者黎昌政)湖北省卫健委6日发布最新数据，截至5月5日，全省累计报告接种新冠病毒疫苗2016.5324万剂次，最大日接种量106.8836万剂次。

2020年12月15日以来，湖北对感染和传播风险高的重点人群开展新冠病毒疫苗接种工作。今年3月25日起，在完成前期重点人群接种基础上，全面扩大接种人群范围，对18岁以上人员，按照“应接尽接、梯次推进、突出重点、保障安全”的原则推进。4月10日，全省累计报告接种超过1000万剂次。

全面扩大接种人群范围以来，湖北有力有序做好疫苗供应保障、宣传发动、经费保障和规范接种工作。据湖北省卫健委有关负责同志介绍，全省已建立省级统一采购、统一结算、统一调配的工作机制，科学精准抓好疫苗库存管理，全

道销售额同比增长86%，假期5日的销售总额创历年最高峰值。“在数字化大背景下，上海‘五五购物节’成了零售企业数字化转型的练兵场和加速器。”苏宁易购集团副董事长孙为民介绍，借助“五五购物节”，企业将推动智慧零售战略在长三角全面落地。

百联集团副总裁浦静波表示，在“五五购物节”效应的提振下，通过电子消费券的提振和数字化赋能，百联集团上半年销售额的再创新高。首发经济同样成为拉动消费的新“武器”。4月30日晚上，2021上海全球新品首发季”正式启动，累计超过550个国内外品牌计划在沪首发2800多款新品，其中国际品牌超过100个。

欧莱雅北亚区总裁兼中国首席执行官费博瑞介绍，企业不仅在“五五购物节”期间开出巴黎欧莱雅全球首家旗舰店、首发约100款新品，还将上海原本的中国区总部“升级”为北亚区总部，更加坚定地拥抱中国市场。

节日期间，化妆品、汽车等“消费升级”品类增长尤为显著。上海重点监测企业化妆品类商品销售同比增长46.9%，而消费市场大数据实验室(上海)数据显示，5月1日至3日，汽车销售同比增长23.9%，其中新能源汽车销售同比增长159.0%。

线上线下的协同效应发挥带来的数据消费新格局也是节日消费的新亮点。苏宁易购发布的数据显示，得益于线上线下的协同效应，“五一”期间，上海地区的全渠

道销售额同比增长86%，假期5日的销售总额创历年最高峰值。“在数字化大背景下，上海‘五五购物节’成了零售企业数字化转型的练兵场和加速器。”苏宁易购集团副董事长孙为民介绍，借助“五五购物节”，企业将推动智慧零售战略在长三角全面落地。

百联集团副总裁浦静波表示，在“五五购物节”效应的提振下，通过电子消费券的提振和数字化赋能，百联集团上半年销售额的再创新高。首发经济同样成为拉动消费的新“武器”。4月30日晚上，2021上海全球新品首发季”正式启动，累计超过550个国内外品牌计划在沪首发2800多款新品，其中国际品牌超过100个。

欧莱雅北亚区总裁兼中国首席执行官费博瑞介绍，企业不仅在“五五购物节”期间开出巴黎欧莱雅全球首家旗舰店、首发约100款新品，还将上海原本的中国区总部“升级”为北亚区总部，更加坚定地拥抱中国市场。

节日期间，化妆品、汽车等“消费升级”品类增长尤为显著。上海重点监测企业化妆品类商品销售同比增长46.9%，而消费市场大数据实验室(上海)数据显示，5月1日至3日，汽车销售同比增长23.9%，其中新能源汽车销售同比增长159.0%。

线上线下的协同效应发挥带来的数据消费新格局也是节日消费的新亮点。苏宁易购发布的数据显示，得益于线上线下的协同效应，“五一”期间，上海地区的全渠

道销售额同比增长86%，假期5日的销售总额创历年最高峰值。

“在数字化大背景下，上海‘五五购物节’成了零售企业数字化转型的练兵场和加速器。”苏宁易购集团副董事长孙为民介绍，借助“五五购物节”，企业将推动智慧零售战略在长三角全面落地。

百联集团副总裁浦静波表示，在“五五购物节”效应的提振下，通过电子消费券的提振和数字化赋能，百联集团上半年销售额的再创新高。首发经济同样成为拉动消费的新“武器”。4月30日晚上，2021上海全球新品首发季”正式启动，累计超过550个国内外品牌计划在沪首发2800多款新品，其中国际品牌超过100个。

欧莱雅北亚区总裁兼中国首席执行官费博瑞介绍，企业不仅在“五五购物节”期间开出巴黎欧莱雅全球首家旗舰店、首发约100款新品，还将上海原本的中国区总部“升级”为北亚区总部，更加坚定地拥抱中国市场。

节日期间，化妆品、汽车等“消费升级”品类增长尤为显著。上海重点监测企业化妆品类商品销售同比增长46.9%，而消费市场大数据实验室(上海)数据显示，5月1日至3日，汽车销售同比增长23.9%，其中新能源汽车销售同比增长159.0%。

线上线下的协同效应发挥带来的数据消费新格局也是节日消费的新亮点。苏宁易购发布的数据显示，得益于线上线下的协同效应，“五一”期间，上海地区的全渠