

从 BCI 事件看行业标准国际话语权的争夺

人民网舆情数据中心/人民在线

目录

一、舆	!情综述	3
(-)	BCI 抵制新疆棉花事件概述	. 3
()	各方回应	4
二、媒	其体与网民舆论反馈	. 7
(-)	主流媒体: 持续跟进报道, 揭示事件内幕	7
()	社交媒体: 两微、问答平台观点汇聚, 短视频成科普渠道	8
(三)	部分不理性的声音:辱骂同胞、毁坏衣物、兜售假货	13
三、BC	CI 背后: 西方 NGO 主导的行业规则	14
(-)	BCI 是什么: 自称"国际组织", 实为遏华"马前卒"	14
(_)	西方国家操纵下的 BCI: 长臂管辖的"政治白手套"	16
(\equiv)	BCI 的根本目标: 中国纺织业与国际定价权	17
(四)	反思境外非政府组织的"独立"与"中立"原则	18
四、棉	昂花产业根本性问题:话语权、品牌与贸易壁垒	20
(-)	忽视行业话语权建设	20
(_)	国际品牌形象塑造缺失	21
(三)	技术性贸易壁垒有待破解	22
五、舆	情总结	23
(-)	民间理性声音不可或缺, 合理回击西方污蔑	24
(<u> </u>	品牌建设需紧跟企业发展,风控体系仍待完善	24
(三)	我国机构与组织应摒弃被动,努力参与标准制定	25
(四)	加强境外组织审核, 慎防"吃饭砸锅"	25

一、舆情综述

(一) BCI 抵制新疆棉花事件概述

2021年3月24日,一则"瑞士良好棉花发展协会(Better Cotton Initiative,下文简称BCI)抵制新疆棉花"的消息引发国内外舆论的高度关注。@共青团中央发布微博点名涉事企业,指出"一边造谣抵制新疆棉花,一边又想在中国赚钱?痴心妄想!",并配以 H&M 集团官网、BCI抵制新疆棉花的声明截图。当日,H&M 品牌官方微博@HM 中国就此事回应,称其"目的是支持世界各地的棉农采取更可持续的种植方式来种植棉花",且"并不代表任何政治立场"。



图: @共青团中央 2021 年 3 月 24 日就 H&M 抵制新疆棉花事件发声来源: @共青团中央微博截图

人民众云平台监测显示,舆论对此次事件的争议在 3 月 25 日达到波峰。原因是当日有网民发现,耐克、阿迪达斯等多个海外知名品牌此前均发布过抵制新疆棉花的声明。事件的进一步扩大引起了国内舆论场的反弹,主流媒体与广大网民对此纷纷表示愤怒。@央视新闻在 25 日就发布微博评论称: "中国棉花很软,中国人很硬,绝不放任无良企业乱'弹'!"。

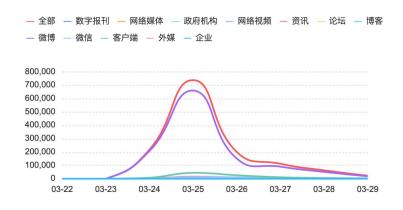


图: "H&M 抵制新疆棉花"舆情热度走势图(来源:人民众云)

其实早在 2020 年 3 月 20 日,H&M 集团官网就曾发布抵制新疆棉花的声明,称因新疆维吾尔自治区存在强迫劳动等问题,H&M 将不再使用新疆棉花。据@人民日报报道,同月,澳大利亚反华智库发布报告称新疆存在"强迫劳动"。2020 年 8 月,BCI 宣布对所有新疆棉企无限期取消担保认证。 12020 年 9 月 16 日,针对"H&M 终止与涉嫌使用新疆强迫劳力的中国供货商合作"的记者提问,中国外交部早已指出: "有关国家以所谓'强迫劳动'问题为借口,对有关中国企业采取限制措施,中方对此坚决反对。我们认为,有关措施是一种政治化操弄,违反国际贸易规则,破坏全球产业链、供应链、价值链。" 2

H&M Group About us Brands Join us Sustainability Investors Media

H&M Group

20 March, 2020 H&M Group statement on due diligence

图: 2020 年 3 月 20 日 H&M 集团抵制新疆棉花的声明(现已删除) 来源: H&M Group 官网

(二) 各方回应

(1) 我国政府:新疆存在"强迫劳动"是彻头彻尾的谎言

西方国家的政府机构与媒体多次无端抹黑新疆,而在此次"抵制"新疆棉花事件前,美国部分媒体近日再次炒作中国新疆存在所谓"强迫劳动"。中国青年报客户端报道,2021年3月16日,外交部回应称,所谓新疆存在"强迫劳动"是彻头彻尾的谎言,其目的是限制打压中国有关方面和企业的发展。³据央视新闻报道,3月18日,外交部还举行了涉疆问题新闻发布会,邀请新疆维吾尔自治区党委宣传部相关负责人及多名干部群众,就德国人郑国恩的所谓涉疆"研究报告",进行有力批驳。⁴

3月24日,H&M抵制新疆棉花事件在网络上发酵后,我国政府机构持续对此次事件进行回应。

¹#9 图复盘新疆棉花被抹黑始末# @人民日报. 2021 年 3 月 29 日. https://m.weibo.cn/2803301701/4619987031164104

²《2020 年 9 月 16 日外交部发言人汪文斌主持例行记者会》. 中华人民共和国外交部官网. 2020 年 9 月 16 日.

^{3《}美机构又炒作新疆"强迫劳动",外交部: 彻头彻尾的谎言》. 中国青年报客户端. 2021年3月16日.

^{4《}外交部举行涉疆问题新闻发布会:关于新疆教培中心"强制劳动"言论纯属污蔑》.央视新闻. 2021年3月18日.

3月25日,外交部表示,中国光明磊落,中国人民友善开放。但中国民意不可欺、不可违。3月26日,外交部则宣布,中方决定对恶意传播谎言和虚假信息的英方9名人员和4个实体实施制裁。¹3月27日,外交部再次宣布,针对美国、加拿大基于谎言和虚假信息于3月22日对中国新疆有关人员和实体实施单边制裁的行径,中方决定对美国、加拿大有关人员和实体实施制裁。²3月29日,据@人民日报报道,外交部明确表示,美国一些人不仅把新疆棉花污名化,严重损害新疆棉花种植业甚至中国整体经济利益,还企图将中国政府与民意割裂对立,其心何其毒也。"我们不止一次说过,新疆棉花生产不存在所谓'强迫劳动'。采棉收入高,新疆采棉工都是在平等自愿、协商一致基础上,与棉花种植户签订劳务合同,根本不需要搞什么强迫。"³

除了外交部之外,我国商务部、中消协等部门也都集体发出权威声音以正视听。商务部表示,所谓中国新疆地区存在"强迫劳动",完全是子虚乌有,纯白无瑕的新疆棉花不容任何势力玷污抹黑。我们反对任何外部势力干涉新疆事务和中国内政,反对基于谎言和虚假信息、以所谓新疆人权问题为由对中方有关实体和个人实施制裁。中消协认为,有关企业在华经营,应当严格遵守中国法律,切实落实保护消费者权益的责任。我们反对基于虚构、诬陷之词,在消费品原料、产地等真实情况方面做虚假宣传,欺骗、愚弄国内外广大消费者;反对伪造事实、限制采购、歧视供应,侵害消费者对优质原料和产品制成的终端消费品的自主选择权;反对在华销售商品、赚取利润,却伤害中国消费者的民族感情、人格尊严。4

(2) 涉事外企品牌: 部分企业撤下抵制声明, 但并未道歉

引发此次事件的 H&M 集团于 2020 年 3 月 20 日发布了关于抵制新疆棉花的声明《H&M Group statement on due diligence》,目前该声明已被删除。2021 年 3 月 31 日,H&M 集团再次在官网发表声明《Statement on H&M in China》,指出"中国对我们来说是一个非常重要的市场······我们致力于重新赢得中国客户、同事和商业伙伴的信任和信心",全篇只字未提其抵制新疆棉花、抹黑中国新疆的事件,只是谈中国市场对其的重要性。5

^{1《}外交部发言人宣布中方对英国有关人员和实体实施制裁》. 中华人民共和国外交部官网. 2021 年 3 月 26 日.

^{2《}外交部发言人宣布对美国、加拿大有关人员和实体实施制裁》. 中华人民共和国外交部官网. 2021年3月27日.

³ @人民日报. 2021年3月29日. https://m.weibo.cn/2803301701/4620117901576351

^{4《}外交部、商务部、中消协集体发声!》.人民日报微信公众号. 2021年3月25日.

⁵ 《Statement on H&M in China》. H&M 集团官网.2021年3月31日.



图: 2021年3月31日 H&M 集团在官网发表声明《Statement on H&M in China》 来源: H&M 集团官网截图

据"环球网"微信公众号报道,西班牙时装品牌 Zara 的母公司 Inditex 也曾在其官网上发表"对强制劳动零容忍"的声明,称该公司确认和新疆任何企业没有任何商业联系。不过,《环球时报》记者 3 月 25 日早晨发现,Inditex 似乎已悄悄将这份声明从其官网撤下。¹

(3) BCI 回应:中国分部未发现"强迫劳动",但与总部有分歧

共青团中央微信公众号指出,BCI 自诩是世界上最大的棉花可持续发展非营利组织。它制定了相关标准,要求会员必须使用它们认为符合标准的棉花,才能使用 BCI 标识。除了所谓"环保标准",BCI 鼓吹所谓"提倡体面劳动",该组织凭空捏造新疆棉花生产中存在"强迫劳动"的谎言,借此封杀新疆棉花。²2021 年 3 月 1 日,BCI 上海代表处官方微信"BCI 良好棉花"发表了"关于新疆问题的重要申明",表示"BCI 中国项目团队严格遵照 BCI 的审核原则,从 2012 年开始对新疆项目点所执行的历年第二方可信度审核和第三方验证,从未发现一例有关强迫劳动的事件。"³26 日,"BCI 良好棉花"再次在微信平台发表声明,强调"中国区项目团队严格遵照 BCI 的审核原则,从 2012 年开始对新疆项目点所执行的历年第二方可信度审核和第三方验证,从未发现一例有关强迫劳动的事件。BCI 上海代表处将与新疆执行合作伙伴继续保持沟通,共同维护供应链可持续发展。"⁴

然而,据参考消息网报道,BCI中国分部与总部在新疆问题上存在内部分歧,虽然BCI上海代表处3月在中国社交媒体平台微信上发布了两份声明,表示自2012年开始对新疆项目点进行审

¹《网友愤怒之际,ZARA 母公司悄悄撤下.....》.环球网微信公众号. 2021 年 3 月 25 日.

²《带头抵制新疆棉花的 BCI,究竟是个什么组织?》. 共青团中央微信公众号. 2021 年 3 月 25 日.

^{3《}关于新疆问题的重要申明》. BCI 良好棉花微信公众号. 2021年3月1日.

^{4《}声明》. BCI 良好棉花微信公众号. 2021年3月26日.

核以来,从未发现一例有关强迫劳动的事件,但 BCI 总部去年声称,有独立研究证实了自己的结论,即新疆农场的"强迫劳动"风险越来越大。¹

(4) 我国企业与艺人:声明支持新疆棉花,纷纷与涉事品牌解约

观察者网风闻社区消息,截至 2021 年 3 月 25 日下午 4 时,已有超过 30 家中国品牌发布支持新疆棉花的声明,包括安踏、海澜之家、美特斯邦威、森马、鸿星尔克、茵曼、纳薇、密扇、卡宾 Cabbeen、幼岚等运动服饰品牌;以及洁丽雅、水星家纺、罗莱家纺、七度空间等毛巾、家纺、卫生巾品牌。²其中,安踏在 3 月 24 日宣布退出 BCI,被安踏收购的 FILA 中国也紧跟一步,于 3 月 25 日在微博发表声明,宣布退出 BCI。此外,3 月 24 日,淘宝、京东、拼多多等电商平台下架了 H&M 相关产品。我国与抵制新疆棉花相关品牌有合作的明星纷纷在微博平台公布解约函。有媒体统计,截至 2021 年 3 月底,已有超 50 位国内明星宣布与阿迪达斯、耐克等涉事品牌解约。

二、媒体与网民舆论反馈

(一) 主流媒体: 持续跟进报道, 揭示事件内幕

3月24日,"抵制新疆棉花"事件在网络上发酵后,人民众云统计显示,截至3月30日,全网有关此次事件的信息量共计1402645条。人民日报、新华社、央广网、中国青年报、光明日报、澎湃新闻、封面新闻等多家主流媒体及商业网站纷纷进行持续跟踪报道、转发,并对此次事件发表了深度解析。

"人民日报评论"微信公众号表示,对于 H&M 等吃饭砸锅的企业,中国人的态度一向爱憎分明,绝不容忍一边赚中国人的钱、一边伤害中国人感情的事情。³ "新华视点"微信公众号则指出,某些西方公司并不是不知道新疆的实际情况,执意为之,既是因为有着习惯成自然的傲慢与偏见,更因为其所传播的黑白颠倒言论有利于其暂时的经济利益。他们操心的不是新疆人权问题,而是忌惮勤劳肯干的中国人民抢了他们全球贸易中的蛋糕。⁴央视新闻客户端发现,整起事件中出现了四个重要的"角色"——智库、媒体、政客、BCI,只要有一方是客观理性的,"强迫劳动"这个谎言,都会不攻自破。但在这个过程中,四个角色却构成了一条完整的"产业链"。⁵

¹《声明未发现新疆"强迫劳动"案例 BCI 中国分部公开"打脸"总部谎言》.《参考消息》官方帐号. 2021 年 3 月 31 日.

^{2《}接连发声!三十余家中国品牌:支持新疆棉花》.观察者网风闻社区.2021年3月25日.

³《对 H&M 等国际品牌,最强的回应是超越 | 人民锐见》. 人民日报评论微信公众号. 2021 年 3 月 26 日.

^{4《&}quot;抵制"?新疆棉花不吃这一套!》.新华视点微信公众号.2021年3月25日.

^{5《}玉渊谭天丨"黑"新疆棉花,西方反华势力的又一次黑枪》. 央视新闻客户端. 2021年3月29日.

"新京报评论"微信公众号认为,抵制新疆棉花不是单纯的企业决策,BCI 作为幕后推手,与美国发展署及瑞士基金有千丝万缕的关系,自去年以来,BCI 就依据不实理由,屡屡倡议要抵制新疆棉花。不以事实为依据的"商业道德""公益"倡议,其实是利用话语权玩弄国际贸易规则,挑战国际商业秩序。¹"红星评论"微信公众号同样认为,美国及其盟友明面上是反对"强迫劳动",背后的真正意图很可能是为了对中国的棉花及棉纺织业进行不正当打压,以服务于本国的棉花及相关产业发展。²

(二) 社交媒体: 两微、问答平台观点汇聚, 短视频成科普渠道

(1) 微博微信: 期望国货自强, 主动抵制涉事品牌

微博数据显示,截至 2021 年 3 月 29 日,微博上多个与"新疆棉花"有关的话题冲上热搜榜单,#新疆棉花中国自己还不够用##hm 碰瓷新疆棉花##新疆雪白的棉花##央视评 hm 抵制新疆棉花 #等多个话题阅读量突破 6 亿,其中,@人民日报发起的#我支持新疆棉花#话题阅读量更是高达 67. 9 亿。可见微博已成为此次事件中舆论场讨论的主要阵地。



图:新疆棉花事件部分微博热搜话题截图(来源:微博平台)

而在微信平台上,除了主流媒体之外,不少自媒体纷纷刊文讨论该事件,或深度剖析众多国外品牌抵制新疆棉花的原因、BCI 组织对华强硬的内幕,或科普新疆棉花的品质,或反思该事件中透露出的我国国际话语权方面的劣势。总体而言,微博微信上的网民观点主要可以归纳为以下几个方面:

^{1《}跨国企业应有识别政治议题操弄的自觉 | 新京报社论》.新京报评论微信公众号. 2021年3月25日.

^{2《}美国为什么盯住新疆的棉花不放?》. 红星评论微信公众号. 2021 年 3 月 25 日.

首先,网民对 H&M 等国外品牌抵制新疆棉花普遍表示愤怒,强烈呼吁这些涉事品牌退出中国市场。在@HM 中国 3月 24 日关于抵制新疆棉花的声明微博下,许多网民就表达了对 H&M 避重就轻、表意不明、拒不道歉的态度的愤怒,点赞较多的一位网民评论表示: "给大家简单翻译一下就是:老子没做错",还有众多网民强烈要求 H&M 退出中国市场。在@央视新闻点评 H&M 抵制新疆棉花的微博下面,有网民评论称: "吃中国人的饭,砸了中国人的锅"获赞超 9 万,很多网民跟评"砸的不是咱们的锅,砸的是它自己的碗"、"建议你们早日离开中国市场,中国不欢迎你们这些 BCI 组织的成员"。而在微信平台上,很多网民也在媒体文章下跟评谴责称,"HM=荒缪""退出中国市场""以前不买,以后也不会买""解气,但是治标不治本,最终还是要回到话语权的争夺上来!"

其次,不少网民表达了对国产品牌的支持,希望国货能够自强。有网民自发发起#还有什么理由不支持国货##宝藏国货给我冲鸭##支持国货##支持国货 加油中国#等多个话题,夸赞国货很多品牌物美价廉。在#宝藏国货给我冲鸭#的话题下,有网民评论表示: "拍心口保证(国货)质量非常棒。还有什么理由不支持国货。"还有网民认为,"中国人必须支持我们的国货.....做大做强国产品牌,让这些外国品牌后悔吧!"



图: 支持国货系列微博话题(来源: 微博截图)

第三,不少网民积极表达对新疆棉花的支持与爱国情怀,主动回击西方的抹黑。@人民日报在微博发起#我支持新疆棉花#的倡议后,引起网络大 V、明星与普通网民纷纷带头支持新疆棉花,随后很多网民也加入其中,截至 3 月 31 日,@人民日报支持新疆棉花的微博已经被转发超 3796 万次,评论超 14.5 万条,点赞数超 329 万次。



图: @人民日报支持新疆棉花的倡议(来源: @人民日报)

此外,还有一些网络大 V 主动创作艺术作品,揭露西方历史上"强迫劳动"的恶行,直指西方"贼喊捉贼"。例如,知名画师@乌合麒麟于 3 月 27 日在微博平台发布了一幅名为《Blood Cotton Initiative》的漫画,引起了不少网民的共鸣。这幅作品还引起了海外媒体的关注,"观察者网"微信公众号消息,28 日,路透社在 Twitter 平台转发了该漫画,并对漫画的含义进行细致解读,指出画面中隐藏的嘲讽西方"强迫黑人劳工种棉花"的细节。不过,推文中仅单方面解释称 BCI 是"出于人权方面的考虑暂停批准从新疆采购棉花",对于中国新疆已经公开的真实情况只字不提。



图: 路透社在 Twitter 平台转发@乌合麒麟的漫画作品 (来源: 推特@Reuters 官方账号)

(2) 知乎平台: 客观理性分析, 关注事件内幕及后续影响

在知乎上有很多大 v、网民对此事件进行了客观的深度分析,主要围绕这些品牌为什么抵制新疆棉花、失去中国市场对这些品牌的影响、作为中国消费者如何看待这些涉事品牌等方面进行讨论。



图: 知乎上"抵制新疆棉花"事件的相关讨论(来源: 知乎截图)

在 H&M、耐克等品牌抵制新疆棉花的原因上,知乎大 V"曹小灵"认为,西方国家想借此事件 打击我国的纺织业、让我国边疆动荡。知乎大 V"六爷阿旦"则认为西方此举的目的是要全面重 组全球产业链和供应链,而纺织业转移就是关系到这个计划成败的关键突破口。此外,还有网民 认为该事件反映出意识形态的交锋。

在中国市场对外国品牌的重要性方面,"HM、优衣库、Nike 等品牌被抵制,失去中国市场会对其营收造成多大影响?"这一热门问题下,有网民从品牌文化的角度分析了这些国外品牌在中国流行的原因,认为这些品牌擅长定义审美、引领时尚以及品牌溢价,还有网民罗列出耐克在中国的营销数据,指出中国市场对其的重要性。同时,不少网民表示已经购买的涉事品牌产品会继续使用,但未来不会再买,也有网民晒出自己购买国货的照片,表达对国货的支持。

(3) 短视频平台:科普新疆棉花冷知识,幽默回击西方抹黑

在抖音、快手、哔哩哔哩等视频平台上,有很多主流媒体、知名博主创作视频,或表达对新疆棉花的支持、科普新疆棉花的品质和用途,或表达对 H&M、耐克等品牌抵制新疆棉花、抹黑中国的愤怒,并对国货表示支持。

例如,在抖音平台上,截至 2021 年 4 月 1 日,#我支持新疆棉花#、#新疆棉花#、#新疆棉花中国自己还不够用#话题下的视频播放量分别合计 5.6 亿次、4.6 亿次、9088.8 万次。此外,#新疆摘棉花##新疆棉花被#等话题下视频的播放量也超千万。其中高热视频有@湖北日报发布的湖北籍明星曾黎走红毯胳膊绑新疆棉花的视频,点赞量高达 237.7 万,视频下网民纷纷为这种行为点

赞。@萤火虫娱乐发布了冷知识科普视频 "RMB 是用新疆棉花做的",点赞量高达 86.5 万,很多 网民调侃道"怪不得人民币那么温暖"。@新华网发布的抨击 H&M 等品牌跟风操弄新疆议题的视频 点赞量高达 50.1 万。此外,@合肥徽商广播发布的支持国货李宁的视频点赞量达 17.3 万。快手平台上的视频发布情况与抖音类似。



图: 短视频平台上很多博主制作短视频支持新疆棉花(来源: 抖音截图)

相比抖音快手,哔哩哔哩网站上博主的视频创作更具创意,用暗讽、幽默诙谐的方式表达对西方抵制新疆棉花事件的愤怒。如 up 主"大漠叔叔"发布的视频《用碰瓷新疆棉花的方法,报道英国种族灭绝》,模仿 BBC 的"阴间滤镜"拍纪录片,暗讽西方恶意抹黑中国。截至 2021 年 4 月 1 日,该视频播放量高达 317. 4 万次,弹幕数达 1. 4 万条,很多网民在弹幕或评论中表达了对西方媒体歪曲事实、抹黑中国的愤怒。新华社的 B 站账号发布的视频《弹 棉 花》播放量高达 266 万次,弹幕数达 1. 6 万条,该视频是从爱国主义影片《巧奔妙逃》中节选的片段,歌颂我国人民勇敢抗日。视频下的评论中,不少网民也用调侃的语气表达了自己对祖国的热爱以及对新疆棉花的支持。



图: 哔哩哔哩官网上很多 up 主创作相关视频(来源: 哔哩哔哩官网截图)

(三)部分不理性的声音: 辱骂同胞、毁坏衣物、兜售假货

在不少网民理性发声,表达对新疆棉花的支持的同时,也有部分网民做出了一些不理智的行为。有媒体报道称,有网民在事件发生后,故意毁坏之前购买的涉事品牌的衣物,并在社交媒体上发布相关视频;在淘宝等电商平台的涉事品牌直播间中,有网民故意辱骂主播;还有网民故意来到涉事品牌的线下店铺辱骂中国店员,并在短视频平台上进行直播。

此外,还有部分商家、网民把买卖假货、穿假鞋当作爱国的行为。在微博平台上有部分网民甚至发表了"为了爱国不买阿迪耐克,买莆田假鞋变相爱国""第一次穿假鞋,居然让我穿出了爱国的感觉"等过激言论。对此,有不少网民谴责这种行为,认为不良商家把买卖假鞋当做爱国是借爱国之名赚不义之财。例如,有微博网民就表示,现在让大家去买假货的人"非蠢极坏",支持新疆棉花的话请购买正牌国货。



图: 部分网民的过激言论(来源: 网络截图)

三、BCI 背后: 西方 NGO 主导的行业规则

(一) BCI 是什么: 自称"国际组织",实为遏华"马前卒"

此次"抵制新疆棉花"事件的幕后黑手 BCI 是一个全球非营利性组织,公开资料显示,该组织致力于制定可持续发展标准,并对符合标准的棉花农场进行认证。该组织成立于 2009 年,截至 2019 年底该协会拥有超过 1800 个正式成员,其中有 1585 个供应商和制造商成员、168 个零售商和品牌成员,包括 H&M、阿迪达斯、盖璞、宜家家居、李维斯、迅销、新百伦、沃尔玛、开市客等,而其资金赞助伙伴包括美国国际开发署、德国技术合作公司、瑞士联邦经济事务总局和丹麦国际开发署等。由此可见,BCI 实际上是一个拥有多利益方以及极强的国际话语权的组织。



图: BCI 的合作伙伴与赞助伙伴(来源: BCI 官网)

有媒体报道指出,BCI 所谓的"在全球范围内致力于推广良好棉花"并不止与质量有关,"可持续发展"才是其关注的重点,其中不但包括在在生产过程中较少使用化肥和化学杀虫剂的棉花以及再生棉,同时所谓的"体面劳动"也是该组织的标准之一。报道称,"体面劳动"的概念相对比较宽泛,目前世界上大约80个国家大规模种植与生产棉花,但在一些发展中国家,棉农劳动时间长、劳动强度大,出现雇佣童工、滥用女工的情况,同时棉花种植业中低效率灌溉技术、不良种植方法、对农药和化肥的不当使用等情况,也对水资源、土壤及生物多样性带来了威胁。 然而这种情况在新疆实际上并不存在,新华社2021年3月27日报道称,目前,新疆生产建设兵团和北疆地区9成以上棉田已实现全程机械化,南疆喀什地区、阿克苏地区、巴音郭楞蒙古自治州农业机械化起步晚,但近年发展速度迅猛。截至2019年,新疆棉花机械化采收面积突破1150万

^{1 《}起底抵制新疆棉花的"幕后推手", BCI 到底是啥来头?》. 新京报官方帐号. 2021 年 3 月 25 日.

亩,全区棉田机采率首次超过40%。1



图: @共青团中央 2021 年 3 月 24 日发文批评 BCI (来源: @共青团中央微博截图)

然而,部分西方国家与包括 BCI 在内的部分境外非政府组织,并未了解到新疆实际情况就强制推行了不公正政策。纽约时报中文网报道称,在美国国会及行政当局中国委员会 2020 年 3 月份发布的一份报告中,将耐克、阿迪达斯、H&M等品牌列为涉嫌参与所谓"新疆强迫劳动"的企业。2020 年 9 月 22 日,美国国会众议院通过《防止强迫维吾尔劳动法》,其中表示将全面禁止美国进口所有来自新疆的产品。随后 BCI 发布了一份声明表示,自 2020 年 10 月其将终止在新疆的经营活动。当时中国外交部就回应称,新疆事务纯属中国内政,美方没有任何资格和权利横加干涉。所谓的强迫劳动问题,完全是西方一些机构和人员凭空捏造的谎言。

《环球时报》2021年3月25日的报道中援引BCI上海代表处的消息称,BCI对于"体面劳动"的审核包括生产单位自我评估、执行合作伙伴和BCI第二方可信度审核以及第三方检测机构的验证。BCI上海代表处微信公号也表示,2012年开始对新疆项目点所执行的历年第二方可信度审核和第三方验证,从未发现一例有关强迫劳动的事件。²然而《环球时报》指出,BCI总部"强迫劳动与体面劳动问题特别工作组"对上海代表处的调查结果并不认可,反而迎合西方反华势力需要,继续推进所谓的"调查整改措施"。文中认为,BCI总部的"自断手脚"举动背后,势必有巨大

^{1 《}新疆拉开棉花春播序幕》. 新华社官方帐号. 2021 年 3 月 27 日.

² 《声明》. BCI 良好棉花微信公众号. 2021 年 3 月 26 日.

的外部压力和利益驱动。'这说明尽管 BCI 自称为一个全球性的非营利组织,但这背后不但有西方 多国政府背景与大量行业内巨头企业,为其规定的"国际标准"带来了浓厚的政治色彩与复杂的 利益纠葛。

(二) 西方国家操纵下的 BCI: 长臂管辖的"政治白手套"

以 BCI 为代表的非政府组织除了在西方国家的对华污蔑中充当"马前卒"外,还扮演着什么样的角色?观察其背后的西方政府机构可以看出,美国国际开发署是其重要资助者之一。新华社报道称,美国国际开发署作为直接服务于美国外交政策的联邦机构,声称其主导美国的国际开发国际开发、灾害援助等工作,致力于拯救生命、削减贫困等使命。不过,根据美国媒体的报道,这一机构曾多次被指责干涉受助国内政。其作为维护美国海外霸权的工具属性不言自明。"该机构官网中也显示,美国总统拜登提交的 2021 财年预算要求中,提供了共计 196 亿美元的资金供为美国国际开发署直接与间接管理,用于"和《美国国家安全战略》中所表述的一样"为美国公民服务。

而美国国际开发署资助 BCI 等国际组织,则是为了将他们作为干涉中国内政的"政治白手套"。《证券日报》副总编、人大重阳高级研究员董少鹏总结称,在此次事件中,BCI 公然使用谎言肆意染指政治,事实上充当了美国长臂管辖的"杠杆"、贸易霸凌主义的帮凶。³大公网资深评论员沈家聪也认为,对于 BCI 而言,美国不敢公开做的,它来做;美国无法达到的"国际行动",它可以做到。美国以最小的成本,获得了最大的遏华目的。⁴

沈家聪指出,与之类似的是,实质上一些所谓的"国际组织"也与BCI一样,妄图影响中国社会经济形势。例如美国国际事物民主协会(NDI)、美国国际共和研究所(IRI)都是美国国家民主基金会(NED)的附属机构,长期以来与多个乱港组织联系密切。"《环球时报》的报道中也提到,总部位于纽约的"人权观察"组织多次散播包括"2021世界人权报告"在内的、涉疆涉港的谣言。实际上该组织不但接受荷兰政府的秘密资助,更与臭名昭著的"东突"组织"世维会"联系密切。复旦大学国际政治系教授沈逸表示,"人权观察"及类似组织所喊的"人权"不仅是工具性的,为美国外交政策和战略服务。"因此,BCI实际上又是一个西方国家借"人权"之名、行

^{1 《}被美国逼迫自断手脚!独家披露"良好棉花协会"与新疆棉花企业终止合作内幕》.环球时报-环球网。2021年3月25日.

² 《全球连线 | 不专业,不透明,不独立,揭开BCI真面目》.新华社新媒体官方帐号.2021年3月29日.

³ 《BCI 成为美国长臂管辖的工具警示了什么?》. 中国网. 2021 年 3 月 29 日.

^{4 《}新闻背后/从 BCI 事件看美国操控 NGO 的劣行\沈家聪》. 大公报. 2021 年 3 月 26 日.

⁵ 《新闻背后/从 BCI 事件看美国操控 NGO 的劣行\沈家聪》. 大公报. 2021 年 3 月 26 日.

⁶ 《【深度】与分裂分子呼应串联、资金来源受到越来越多质疑,人权观察标榜"独立""公正"成为笑柄!》. 环球时报. 2021年3月2日.

捣乱之实的工具。

(三) BCI 的根本目标:中国纺织业与国际定价权

那么,西方国家利用 BCI 炒作新疆棉花议题的根本目的何在?由新疆棉花事件"借力打力",打压中国纺织业在全球的支配地位也是 BCI 等组织的"小算盘"。《经济日报》2021 年 1 月 18 日报道称,中国纺织工业联合会党委书记兼秘书长高勇表示,从综合实力看我国纺织强国目标已基本实现,经过中国工程院院士多次评估,我国纺织业已处于世界先进水平。目前,我国纺织业规模占比已超全球 50%,化纤产量占世界 70%,贸易占全球三分之一。 。实际上,我国纺织业早已占据全球主导地位,微博互联网科技博主@V 闪闪在文中援引了世界银行统计的拓扑图,其中显示中国已从 2000 年期间的区域性纺织业中心转变为 2017 年的全球唯一中心。该博主将这种状况戏称为"中国把世界防止产业链变成了太阳系,中国自己是太阳"。



西方国家为什么和中国新疆棉花过不去?

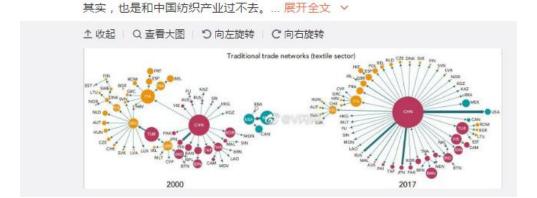


图: 微博@V 闪闪援引世界银行数据进行解析(来源: @V 闪闪微博截图)

而棉花尤其是新疆棉花对于我国纺织产业的意义举足轻重。"中新经纬"官方账号发文指出,棉花不仅是重要的战略物资,也是产业链最长、商品化率极高的大宗农产品。报道中指出,2020年中国棉花产量592.37万吨,约占全球产量的三分之一左右,而其中516.1万吨产自新疆。自2017年起,中国每年八成以上棉花来自新疆。因此借由新疆棉花议题,BCI背后的西方国家实际

^{1 《}我国纺织强国目标基本实现》. 经济日报. 2021年1月18日.

上是想打压中国纺织业的产业链与供应链。1

然而据央视新闻报道,我国是世界上最大棉花消费国,棉花需求年度缺口达到了约 185 万吨,新疆棉花中国自己还不够用。"共青团中央"微信公众号也评论称,自 2020 年美国政府带头打压新疆棉花出口开始,西方国家自以为"打蛇打到了七寸"。但由于基本不存在棉花出口,欧美所谓的抵制新疆棉花并无明显效果。²新疆农业科学院经济作物研究所研究员师维军对天山网解析称,我国提出的加快构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局,对新疆棉花产业抵御外部风险挑战,具有重大深远的战略意义。³

此外,国务院原参事、农业农村部农村经济研究中心研究员刘志仁指出,BCI 的行为更是为了掌控棉花标准权、定价权。⁴ "共青团中央"微信公众号则认为: "中国在棉花领域已经切切实实取代了美国的国际定价权。"文中指出,尽管由于美国有先发优势,金融衍生品又极其发达,棉花的全球定价权依旧在美国洲际交易所(ICE),但在中国建立棉花产业链后,2004 年郑州商品交易所就推出了棉花期货,经过不到十年发展,至 2012 年中国已逐渐成为事实上的世界棉花交易中心。⁵所以,西方国家通过 BCI 这双"政治白手套"处心积虑污蔑新疆棉花产业的发展,在打击新疆地区正常发展、破坏民族团结的政治因素之外,更暗藏了打击我国纺织业产业链、掌握棉花产业全球定价权的经济目的。

(四) 反思境外非政府组织的"独立"与"中立"原则

实际上有不少境外非政府组织在促进我国科技、民生、公益事业发展进步方面发挥积极作用。据境外非政府组织办事服务平台不完全统计,疫情防控期间,有来自中国香港、英国、日本、荷兰等 72 个国家和地区的 861 家境外非政府组织捐赠各类医疗物资折合人民币 5. 8518 亿元。其中,77 家依法登记的境外非政府组织代表机构通过年度计划变更捐赠物资折合人民币 2. 1981 亿元,占总数的 37. 56%;784 家未登记设立代表机构的境外非政府组织,通过临时活动备案捐赠物资折合人民币 3. 6537 亿元,占总数的 62. 44%。

但值得注意的是,国际社会上也存在部分非政府组织进行非法活动的情况,经过长期的发展, 其对我国的影响正逐步走向成熟化和本土化,不断向我国政治、文化领域渗透。据报道,"美国

¹ 《"中国棉"复盘: 2020 年出口仅 1% 话语权如何配得上产量?》. 中新经纬官方帐号. 2021 年 3 月 28 日.

² 《带头抵制新疆棉花的 BCI, 究竟是个什么组织?》. 共青团中央微信公众号. 2021 年 3 月 25 日.

^{3 《}新疆棉花市场受很大影响?大可不必担心》.天山网-新疆日报.2021年3月30日.

⁴ 《"中国棉"复盘: 2020 年出口仅 1% 话语权如何配得上产量?》. 中新经纬官方帐号. 2021 年 3 月 28 日.

⁵ 《带头抵制新疆棉花的 BCI, 究竟是个什么组织?》. 共青团中央微信公众号. 2021 年 3 月 25 日.

国家民主基金会""美国国际事务民主协会""美国国际共和研究所"等非政府组织在香港修例 风波中表现恶劣。在修例风波中扮演了操盘手的角色,为冲在台前的泛民(泛民主派的简称)进行策划、培训、资金物资供应、舆论造势等一条龙服务。这些境外非政府组织美其名曰"支持全球民主运动",实则希望藉此名号达到改变香港、甚至中国内地社会政治及经济形势的目的。中国人民公安大学教授王存奎指出,为给自身的渗透活动提供保护,并建立起长期的渗透活动通道,境外非政府组织在开展活动时,通常是通过我国国内民间组织发起,并始终依靠地方政府部门、高校、研究机构等开展合作及共建项目,使其活动在一定层面上获得公共权力的支持,进而为其披上合法的外衣。¹

近年来,部分境外非政府组织通过资金支持、项目合作、人员培训等方式,采取宣传鼓动、 思想灌输、策划组织等手段,隐蔽干涉我国内政的例子时有发生,部分已经成为与境内外各种势 力勾联聚合的平台,其所宣称的"独立"与"中立"是否属实值得探讨。

非政府组织在西方社会中的地位特殊,成了政府和市场之外的第三部门。境外非政府组织在国家社会治理中,发挥着桥梁和纽带的作用,也因此与本国政府存在着千丝万缕的联系。有业内人士在论述美国非政府组织与政府的关系时提到,美国政府的一些服务,利用外包形式向社会开放,非政府组织可以凭借自己的特长申请。一旦成功,非政府组织即与美国政府建立契约合作关系,从政府得到资金。在非政府组织资金的四个来源中,除会费缴纳、产品和服务售卖、私人捐助的三个来源外,政府拨款是一种很重要甚至是主要的途径。研究数据表明,美国国家民主基金会的主要收入来自国会通过国务院的年度预算拨款,其余来自高盛公司、福特汽车、波音公司和花旗集团等企业。1941 年成立的"自由之家"是隶属美国国防部的智库,66%的预算来自美国政府。

部分非政府组织的行事方式暗含着浓厚的意识形态色彩。媒体观察发现,部分非政府组织以"研究机构"的名义存在,其实却服务于反华谣言的生产和传播,成为西方针对我国制造和传播谣言的"谣言工厂",其背后的话语逻辑暗含着浓厚的意识形态色彩。例如,1月13日,位于美国纽约的"人权观察"组织发表所谓"2021世界人权报告",重复过往西方媒体炮制出来的涉疆谣言,如"大规模监控""强迫劳动""种族灭绝"等,打着"人权"的幌子对涉疆议题进行污蔑,炮制、传播谣言。我国专家学者曾对这一现象进行评论,武汉大学国际法研究所副研究员彭芩萱表示,如果一个非政府组织的价值取向本身就基于偏见,那么不论该组织如何行事,都不会

^{1 《}王存奎:辩证看待境外非政府组织》.中国社会科学报.2014年5月14日.

是客观中立的。1

非政府组织充当政府"助手",存在服务西方对外战略的倾向,致力于争夺全球产业标准的话语权。活跃于医疗健康、支教、扶贫领域的非政府组织由于自身活动的隐蔽性,通常极易帮助所在国政府树立涉及公益的"良好形象",也成为西方了解当地社情民意,开展对外战略的"有力助手"。此次 BCI 抵制新疆棉花事件,也反映了部分西方非政府组织对于全球产业标准话语权的争夺。外交学院教授施展提出,国际秩序原来不仅是由国家间关系构成的,它还有着更加复杂的多重规则体系在运作。其中很多重要规则体系是由非政府机构组织起来的,通常都是制定各种国际性的商业标准、产品标准或者一般行为规则。²借助非政府组织服务于美国的对外战略在此次事件中被媒体和学者所揭露。《证券日报》副总编、人大重阳高级研究员董少鹏指出,美国国家开发署作为 FBI(美国联邦调查局)的"马甲",对 BCI 提供资金支持。美国这个机构在其他国家资助反对派、贿赂官员、煽动颜色革命是家常便饭。其支持 BCI,当然不止支持环保和劳工保护这么简单,而从 BCI 的角度看,策应美国政府的对外行动是天经地义。³

四、棉花产业根本性问题:话语权、品牌与贸易壁垒

(一)忽视行业话语权建设

虽然 BCI 借用此次新疆棉花事件打击我国纺织业的企图并未成功,然而这背后暴露出的首要问题,是我国对于相关行业标准制定的忽视,与国际话语权的缺失。董少鹏就指出,建立标准、推广标准、经营标准,本质是在争夺行业发展的话语权。而 BCI 成立于并不生产棉花的瑞士,但能制定一系列行业标准,在全球到处招募会员,试图影响整个棉花行业,我国作为一个棉花生产大国,却要由一个瑞士机构"贴牌认证"。4

这说明,新疆棉花事件反映出的全球产业标准的话语权之争,证明我国不能再一味遵循西方制定的不合理标准,应更加积极主动地争夺国际话语权高地。中国贸促会研究院副院长赵萍表示,不能让话语权都掌握在西方组织的手里,因为他们很容易受到西方意识形态的影响,不能对中国的商品、中国的企业进行客观的评价。赵萍指出,可以通过推动中国标准的国际化,加强相关认证认可组织的培养,使中国的认证认可机构能够走出国门,成为国际通行的认证认可等手段来增

^{1 《}西方针对中国庞大的"谣言工厂"里,我们发现了一个典型》.环球网.2021年3月2日.

² 《「关注」施展: 谁是 BCI?》. 盘古智库. 2021 年 3 月 27 日.

^{3 《}BCI 成为美国长臂管辖的工具警示了什么?》. 中国网. 2021 年 3 月 29 日.

^{4 《}BCI 成为美国长臂管辖的工具警示了什么?》. 中国网. 2021 年 3 月 29 日.

强国际竞争与合作优势。1

此外,"文化纵横"微信公众号发文称,在国际竞争中,国产棉无法充分发挥自己庞大的产量优势,特别是在决定国际棉花价格方面还缺乏相应的发言权和影响力。文中援引业内专家的观点称,美国政府给予棉花产业高额补贴,并通过以期货交易为主的定价体系牢牢掌握国际定价权。期货立法专家、上海财经大学朱国华教授就指出,我国棉花经营企业因缺少银行信贷资金的支持而无法参与套期保值交易进行中的风险管理,与西方发达国家对其农产品企业的金融支持政策形成强烈反差。²因此除了产品评价标准上的话语权之外,切实掌握棉花定价的话语权,对我国棉花产业进一步发展也十分重要。

(二) 国际品牌形象塑造缺失

早在 2014 年 5 月 11 日,习近平总书记就在河南考察时强调,推动中国制造向中国创造转变、中国速度向中国质量转变、中国产品向中国品牌转变。"每日经济新闻"官方帐号表示,近年来,中国的品牌服饰产业正悄然发生着结构性变革,国产品牌正不断抢占外资品牌掌控的高端市场。文中援引国产男装品牌海澜之家的一位知情人士分析称,海澜之家及旗下子品牌均采用新疆棉花,并且并未加入 BCI 组织。该企业通过"平台+品牌"连锁经营模式实现了品牌知名度提升与销售渠道扩张。此外,安踏体育、特步国际、李宁等国产品牌也都发声支持新疆棉花,同时这些企业还在积极并购海外品牌。文中还注意到,主动挑起"抵制新疆棉花"议题的 H&M 在华门店数量连续三年下降。³

@人民日报 3 月 26 日介绍称,得益于新疆得天独厚的自然条件,新疆长绒棉具有世界顶级的品质。⁴但观察发现,在主流媒体、自媒体以及网络主播等多方科普之前,有不少网民实际上并不了解新疆棉花本身的优秀质量,不了解使用新疆棉生产的高质量国产品牌。由此可见,国内民众对于新疆棉花的品牌影响力都了解不足,更妄论打造新疆棉花制品的国际印象力,所以才会让 BCI 等西方国家操纵的组织肆意编造谣言。

科学科普自媒体"地球知识局"刊文指出,传统强国依然占据制定行业标准、营销等高利润行业,种植棉花这类"苦活累活"依旧属于第三世界。如今一些经费充足、经验丰富的优势企业

^{《&}quot;中国棉"复盘: 2020年出口仅1% 话语权如何配得上产量?》.中新经纬官方帐号. 2021年3月28日.

^{2 《}中国是最大棉花产销国, 却被剥夺全球定价发言权? | 文化纵横》.文化纵横微信公众号.2021年3月25日.

^{3 《&}quot;碰瓷"新疆棉花的 H&M: 在华门店数连续三年下降,背后还有国产品牌崛起》.每日经济新闻官方帐号.2021年3月26日.

^{4 《}不容抹黑!关于新疆棉花的6个事实》.@人民日报.2021年3月26日.

更利用品牌营销获取消费者认同,巩固市场地位。¹新疆农业科学院经济作物研究所研究员师维军则对天山网表示,此次事件的启示在于,一定要加快形成新疆棉花的消费者认知和地理标志品牌认知,增强中国棉花产业的国际话语权和竞争力,不断提升棉花供给的质量、效率和层次,加快提升产业链、供应链现代化水平。

(三) 技术性贸易壁垒有待破解

知乎大V"托卡马克之冠"在观察者网的专栏文章中提出了另一个维度的观点,即此次事件是西方国家滥用技术性贸易壁垒(TBT)的典型案例。作者称,在世界贸易组织(WTO)建立后,原有的关税等贸易壁垒逐渐被削弱,因此掌握贸易规则制定权和定价权的西方发达国家绕过了WTO 的硬性规定,通过标准、程序、法规、评定等实现技术性贸易壁垒。这些规则不但看似"合法合规",更与各类NGO 的标准"深度融合",以"环保""人权"等模糊的、看似普世的理由限制企业。作者在文中表示,此次事件向中国民众展示了全球纺织产业链标准制定霸权的冰山一角,也让广大中国民众意识到关税之外,还有众多贸易壁垒的存在。²



图:知乎网民"托卡马克之冠"形容技术性贸易壁垒(来源:观察者网时评公众号"底线思维")

中国纺联产业经济研究院 2021 年发布的研究指出,2016-2020 年全球技术性贸易壁垒的通报数量年均增速为 4.28%,而在纺织服装类领域的通报数量年均增速为 19.27%,远高于其他领域。在 2020 年内,向 WTO 通报技术性贸易壁垒数量最多的国家除了亚非地区的发展中国家外,美国位居第一位而欧盟居于第十位。文中表示,近年来,纺织服装类领域的技术性贸易壁垒更多关注技术、操作规范、生产安全以及环境保护等方面。³

[《]棉花贸易,从来就不是公平游戏 | 地球知识局》.地球知识局.2021年3月30日.

² 《一家小小 NGO, 扯出了中国在全球产业链中的弱势?》.底线思维微信公众号,2021年3月28日.

³ 《2020 年全球纺织服装类 TBT 通报情况》. 中纺联产业经济研究院微信公众号. 2021 年 2 月 5 日.

156 AU 36 36L	2020年		2019 年		2018 年	
通报总数	国家/地区	数量	国家/地区	数量	国家/地区	数量
1	美国	370	乌干达	442	乌干达	413
2	巴西	318	厄瓜多尔	331	美国	276
3	乌干达	306	美国	270	肯尼亚	173
4	肯尼亚	282	巴西	200	巴西	156
5	坦桑尼亚	155	肯尼亚	194	墨西哥	153
6	卢旺达	145	坦桑尼亚	139	卢旺达	137
7	中国	128	中国台湾	107	欧盟	115
8	以色列	121	阿根廷	95	坦桑尼亚	110
9	埃及	111	中国	91	中国台湾	83
10	欧盟	99	科威特	82	埃及	80

图: 技术性贸易壁垒通报数量前 10 位成员情况(来源: 中国纺联产业经济研究院援引 WTO 数据)

知乎大V"托卡马克之冠"认为,应通过法律经济手段威慑、完善预警通报机制、努力参与到全球贸易规则的制定等多方面手段,破解名目繁多的技术性贸易壁垒。一中国社会科学院竞争法研究中心研究员孙南翔则指出,我国应积极研究、运用技术性贸易壁垒规则,推动市场优势转化为制度优势。同时我国企业应加强利用国际、国内法律手段维护自身利益,并积极参与国际标准制定进程。²

五、舆情总结

此次由 H&M 主动挑起的所谓"抵制新疆棉花"事件,暴露出一些海外企业和 BCI 等非政府组织在西方国家的操纵下,通过自行制定的规则恶意扰乱市场,攻击新疆棉花产业的正常发展,企图达到打击中国纺织业、抢夺国际定价权的目的。此次事件揭示出的我国在行业话语权、品牌建设与规则利用上还有所短板,同时一些海外品牌、非政府组织的"两张面孔"和舆论场上一些不理性的声音,也成为应对类似事件时新的风险点。对此,报告结合媒体与专家观点,提出四方面针对性建议:

¹《一家小小 NGO, 扯出了中国在全球产业链中的弱势?》. 底线思维微信公众号. 2021 年 3 月 28 日.

^{2《}新华财经 | 专家支招外贸企业应对技术性贸易壁垒》. 新华社客户端.. 2020 年 11 月 20 日.

(一) 民间理性声音不可或缺, 合理回击西方污蔑

在部分西方国家对我国新疆棉花产业的污蔑中,受到最直接伤害的群体始终是当地民众,因此民间力量主动通过合理合法的方式发出自己的声音就尤为重要。近日,新疆部分企业和民众已向地方法院起诉德国人郑国恩,当地民众指出,此人作为美国反华研究机构骨干频频散布"强迫劳动"等涉疆谣言,致使他们的声誉受损并遭受经济损失,此外还有受害群众计划起诉英国广播公司(BBC)。 ¹事发后,在一系列涉华报道上编造谣言的 BBC 驻华记者沙磊(John Sudworth)随即离境。4月1日,外交部就表示如果沙磊坚信自己确实没有任何造假造谣的行为,他应该去坦然应诉。 ²可以看出,民间力量采取有力的法律行动可以有效威慑一些企图扰乱我国的境外人士。

同时,由媒体、高校、民间智库做出详尽调查取证,对新疆当地的情况如实展示也是可行的路径之一。"民族时报"官方帐号就报道称,近日暨南大学传播与边疆治理研究院发布了一份《"强迫劳动"还是"追求美好生活"?——新疆工人内地务工情况调查》的研究报告,两名来自新疆的女性学者通过对维吾尔族、哈萨克族、柯尔克孜族、塔吉克族等在内的新疆少数民族务工人员共计70人进行访谈,驳斥了郑国恩等西方反华势力所谓"研究报告"中的谎言。中国社会科学院边疆研究所研究员周卫平就指出,从学术研究角度出发,郑国恩等反华势力缺乏实际调查的研究报告毫无可靠性。而暨南大学这份报告两位起草人均来自新疆,实地调研走访多家企业,由此得出的结论无疑更具说服力。³因此,民间声音通过有理有节的方式直接回应西方反华势力的造谣,能够有效地在平等的地位上与世界对话,传播真实的"中国故事"。

(二)品牌建设需紧跟企业发展,风控体系仍待完善

"人民日报评论"微信公众号指出,许多网友喊出"国产品牌当自强"的口号,体现出适应当前市场洗牌和产业链调整、敦促国外品牌尊重中国市场的迫切需要,也是公众对国产品牌抓住难得机遇、实现弯道超车的殷切期待。文中呼吁,对于国产品牌而言,当务之急是要真正把产品质量搞上去、把品牌吸引力提升起来,在设计、研发和创新上加大投入,靠更高质量的产品、更加时尚的设计、更为人性化的服务,构筑起国产品牌的"护城河"、赢得消费者的信任。⁴上文中也提到,民众对国产品牌的不了解舆论场环境,与国内企业市场占有率逐年增高、大力并购海外企业的现实状况不相符,因此我国国产服装企业需要让品牌知名度跟上企业快速发展的步伐,让

¹《"恶有恶报"!新疆部分群众准备起诉郑国恩、BBC》.北京日报客户端.2021年3月18日.

² 《华春莹:走就走了,还反咬一口倒打一耙》.澎湃新闻微信公众号.2021年4月1日.

^{3 《}暨南大学发布涉疆研究报告:少数民族外出务工是自愿选择》. 民族时报社官方帐号. 2021 年 3 月 26 日.

^{4 《}人民日报:对 H&M 等国际品牌,最强的回应是超越》.人民日报.2021年3月26日.

消费者了解到更多、质量更好的爱国品牌。

当然,同时我国纺织业遭遇的技术性贸易壁垒问题,也体现出企业时刻关注国际政治风向与政策动态的重要性。尽管我方反复表示希望政治不要干涉市场,但中国驻美大使崔天凯指出,此次事件中一些海外企业开了一个"很危险的口子",出于一时的政治需要去打乱市场运作,打乱供应链、产业链的正常运作。 '因此,中国企业也应改变不关心国际政治、"闷声发大财"的简单想法,通过企业内外的力量共同建设风险控制体系,对行业、国家、区域等多个层级的政策信息及时监测,从而绕开类似 BCI 的"问题组织",及时规避舆情风险。

(三) 我国机构与组织应摒弃被动,努力参与标准制定

此外,此次事件实际上从侧面展现出单一组织就能对整个行业的态势与规则产生的巨大影响,问题是如何提前布局以占领行业影响力高地。正如上文中的专家观点所说,BCI来自不生产棉花的瑞士却能在全球棉花行业掌握巨大话语权,部分原因来源于其与大量业内知名企业合作,看似拥有很强的权威性。而我国的各类行业机构、民间组织却在拥有大量行业资源的情况下没能成功"走出去",参与到国际标准的制定中,无疑是相关机构缺少能动性、不够积极主动所导致的。

近年来,在铁路、建材、核电等我国领先领域的标准成功出海可以作为借鉴,但同时要看到也有棉花等产业处于受制于人的状态。有声音指出,我国的行业机构与组织需要积极参与到国际产业标准、全球贸易规则的制定中。《北京青年报》2018年的评论文章中就表示,目前,我国参与全球治理的非政府组织数量较少,参与水平也较低,没能发挥应有的作用。文中以世界贸易组织多哈回合谈判为例,指出谈判中许多达成的协议都是基于非政府组织提出的主张。²BCI"抵制新疆棉花"事件也再次证明了非政府组织在全球治理中的重要作用,由国家层面给予政策支持与鼓励,在"引进来"海外先进标准的同时也不能忽略"走出去",让更多国内行业机构、非政府组织能在国际上拥有更大的话语权,才能促进国际标准与我国产业的更好融合。

(四)加强境外组织审核,慎防"吃饭砸锅"

2016年4月28日,十二届全国人大常委会第二十次会议正式通过《中华人民共和国境外非政府组织境内活动管理法》,截至2021年4月,民政部的境外非政府组织办事服务平台上已有594个,其中也包括BCI上海代表处。然而,尽管在此次事件中BCI上海代表处发布声明证实新

^{1 《}崔天凯:抵制新疆棉花的企业开了一个"很危险的口子"》. 环球网. 2021 年 3 月 27 日.

^{2 《}北青报:鼓励更多非政府组织参与全球治理》.北京青年报.2018年8月19日.

疆不存在"强迫劳动",但却与 BCI 总部此前的表态并不相符。@人民日报评论在评价 H&M 回应时指出,中国市场虽大,但不欢迎任何恶意中伤者;国家利益高于一切,"吃饭砸锅"注定痴心妄想。对于非政府组织监管部门而言,加强境外组织在华活动的准入与审核,定期通过背景调查、舆情监测等手段进行监测,才能有效"过滤"少数怀揣恶意且并不独立的境外组织。

在做好监管的"盾牌"的同时,也不能放下制裁的"大棒"。欧盟、美国、英国、加拿大因炒作涉疆问题被制裁后,西南政法大学人权法教授朱颖对《环球时报》表示,中方按照国际法和国际惯例通过正当程序和原则实施制裁。如果相关国家,相关机构和相关人员依旧不收手,继续上演国际闹剧,那么中方还会持续对相关领域采取进一步制裁措施。朱颖认为,未来我国也可对BCI等国际组织在其注册地国家提起诉讼,或将其纳入制裁名单。「可见在全球化日益深入、互联网不断发展的今天,在我国境内进行活动的境外组织理应注意到,想要在中国和世界其他地区"唱双簧"早已行不通。依法监管与严肃制裁相结合,才能防止个别境外组织滥用其国际话语权,肆意干涉我国产业与内政。

作者: 人民网新媒体智库助理研究员 霍思铭

人民网新媒体智库见习助理研究员 韦小婉

人民网新媒体智库见习助理研究员 朱雯琪

¹《中方再对美、加实施制裁 专家:未来可将 BCI 纳入制裁名单》.环球网.2021 年 3 月 28 日.

智库研报

《智库研报》是由人民网舆情数据中心、人民在线和人民网新媒体智库打造的智库精品,以高端深度专题报告形式呈现。《智库研报》主要聚焦网络舆论生态、舆情风险评估与危机管理、互联网大数据与社会治理、融媒+新闻服务政务商务、数字政府与企业数字化转型、国际舆论和跨文化传播等领域重大课题。报告通过理论联系实际,挖掘深层问题,分析原因、预测走向,辅助领导干部观大势、谋大局、决大事,为准确研判与科学决策提供专业的参考依据。

人民网新媒体智库,依托人民网和人民在线重点打造的高端互联网智库,主要从事互联网大数据与国家治理重大课题调研、舆论环境风险评估、突发公共事件应急管理、政务舆情回应绩效评估、政务新媒体指数、企业品牌影响力指数、媒体融合与新媒体传播等领域研究。人民网新媒体智库定期推出智库报告、内参读物,发布蓝皮书和学术著作,举办高端智库论坛,入围"中国智库索引"(CTTI)首批来源智库(2017-2018),荣获由中国社会科学评价研究院颁发的 2018 中国智库资政建言"国策奖"。

人民在线作为"舆情领航者,数据国家队",是中国舆情行业的开创者、服务标准的制定者。近年来,人民在线不断强化"评价科技"的战略定位,致力于做最具公信力的大数据应用平台,成为推进国家治理体系和治理能力现代化水平提升的重要力量。

课题活动合作事宜,欢迎添加人民网舆情数据中心微信(ID: people yuqing)咨询。



人民网舆情数据中心官方微信公众号 (ID: yuqingpeople)



新媒体智库官方微信公众号 (ID: athinktank)