

外交部回應抵制H&M怒潮：中國民意不可欺不可違

新疆棉花純白無瑕 豈容抹黑玷污

關於新疆棉花的事實

世界頂級品質

新疆有得天獨厚的自然條件，夏季溫差大，陽光充足，光合作用充分，棉花生長時間長。因此，新疆長絨棉世界頂級，做衣被，暖和、透氣、舒適，長年供不應求。

內地供不應求

2020/2021年新疆棉產量520萬噸，佔國內產量比重87%，佔國內消費比重約67%。為滿足國內需求，中國每年需進口200萬噸左右棉花。

高度機械生產

2020年新疆棉花機械採摘率69.83%，其中北疆95%棉花通過機械採摘。即使在忙碌的採摘季節，也不需要大量的「採棉工」。

無關強迫勞動

新疆棉農米吉提·依米提日前在外交部發布會上指，前些年每到摘棉花季節，家裏人手不夠會花錢請新疆本地和內地來的採棉工幫忙。他們兩個多月就能掙一萬多元，大家都搶着來，這叫強迫勞動嗎？



▲近日，H&M集團被曝光發布聲明抵制新疆棉花產品，引發眾怒。圖為雲南昆明一家H&M門店。 中新社

追
究
到
底

近日，瑞典服裝企業H&M集團被曝光發布聲明抵制中國新疆棉花產品，在華引發廣泛聲討和抵制浪潮。對此，中國外交部發言人華春瑩25日在例行記者會上回應時強調，中國民意不可欺不可違。中國商務部發言人高峰回應，所謂中國新疆地區存在「強迫勞動」完全是子虛烏有，「純白無瑕的新疆棉花不容任何勢力抹黑玷污」。

大公報記者 朱燁北京報道

H&M在早前的一份聲明中表明抵制中國新疆棉花產品。24日，「H&M抵制新疆產品」「H&M碰瓷新疆棉花」等話題在中國社交平台微博上持續發酵。

同日，中國幾個電商平台如淘寶、京東等已下架與H&M相關產品。小米、華為等多款手機應用商店下架H&M商城App。24日晚間，H&M作出回應。但這份最新聲明並未直接提及新疆，也未就抹黑新疆言論道歉。

斥反華勢力造謠「強迫勞動」

中國外交部發言人華春瑩25日在例行記者會上指出，第一，新疆地區的棉花是世界上最好的棉花之一，不用是相關企業的損失。第二，有關新疆地區「強迫勞動」的指責完全是個別反華勢力炮製的惡意謊言，目的是抹黑中國形象，破壞新疆安全穩定，阻遏中國發展。第三，給老百姓包括少數民族群眾提供更多就業機會，一般正常人都會覺得是件好事，因為可以讓人民過上越來越好的生活。但是就有人認定是強迫勞動或者暗無天日的壓迫。為什麼？因為他們自己歷史上真的就這麼幹了上百年，所以現在以己度人。第四，中國光明磊落，中國人民友善開放。但是中國民意不可欺、不可違。

有記者提問，發表時間是在去年，為何現在引發聲討和抵制？華春瑩表示，沒有關注相關公司是什麼時候發表的聲明，但是他們的確發表了這個聲明，引起了中國網民的一些強烈反應。就這個事情本身而言，我們說過，美國等一些西方國家就新疆進行的指責完全是基於謊言，這些謊言是由幾個所謂的學者和媒體先煽動起來，然後一些反華勢力再跟進炒作。這個事情本身對中國進行造謠污蔑和詆毀，就是極端錯誤的。隨後，華春瑩拿出兩張照片（見圖），分別是在美國黑人被強迫在棉花地裏採摘的照片和中國新疆超過40%棉花田都已經進行機械化採摘的情景。

華春瑩指出，有關新疆「強迫勞動」摘棉花的指責根本不存在，一些企業居然就相信了這種謊言。「中國的市場就在這兒，不需要去專門搞什麼「脅迫」。但是有一點是肯定的，現在中國老百姓不允許一些外國人一邊吃着中國的飯，一邊砸着中國的碗。」華春瑩強調。

中國商務部新聞發言人高峰25日在例會上表示，所謂中國新疆地區存在「強迫勞動」完全是子虛烏有，「純白無瑕的新疆棉花不容任何勢力抹黑玷污」。

中棉協：歡迎全球業界赴疆考察

高峰稱，對於個別企業基於虛假信息作出的所謂商業決策，中國消費者已經用實際行動作出回應。希望有關企業尊重市場規律，糾正錯誤做法，避免商業問題政治化。

中國棉花協會亦於25日發文呼籲，歡迎全球棉紡織產業鏈各方通過赴疆考察、第三方盡責調查等各種途徑更多地了解新疆棉花產業的真實情況。中國紡織工業聯合會25日亦發布聲明呼籲某些國際品牌、機構正視中國企業和消費者的嚴正立場，採取糾正措施，停止在自身供應鏈中排除新疆棉花及其製品的錯誤行為。



陳奕迅割席 與adidas十年合作告終

【大公報訊】記者陳惠芳報道：除H&M外，運動消費兩大頭牌耐克（Nike）和阿迪達斯（adidas），都曾在官網發布關於新疆棉的聲明，內地網友口誅筆伐。內地、香港及台灣藝人紛紛與西方品牌割席。當中，陳奕迅更發出聲明即日起終止與adidas品牌的一切合作。

容祖兒惠英紅挺新疆棉花

H&M代言人宋茜與黃軒已發聲明表示，「和H&M已無合作」，黃軒工作室更發聲明「堅決反對以任何形式，企圖對國家及人權進行抹黑造謠的行為」。除了H&M、Nike、adidas、Zara、Burberry及Tommy Hilfiger等品牌也遭藝人及內地網友抵制。內地代言人王一博25日發聲明公布終止與Nike一切合作。

陳奕迅（Eason）從2011年起就開始和adidas合作代言，形象深入人心，這次

陳奕迅經理人公司25日在聲明中表示：「我司與我司藝人陳奕迅先生堅決抵制任何污名化中國的行為，即日起終止與adidas品牌的一切合作。特此聲明！」正式切斷與adidas的十年情。彭于晏、楊穎（Angelababy）、張鈞甯、迪麗熱巴、易烱千璽及王嘉爾等，亦與adidas終止一切合作。眾人聲明中，以Angelababy最為激動，表示堅決反對和抵制一切中傷和抹黑「我們國家」的言行，對adidas發表的言論及抵制新疆棉花行為表示強烈譴責。

對於「瑞士良好棉花發展協會」（Better Cotton Initiative, BCI）聲稱決定暫停在新疆發放BCI棉花許可證，香港藝人如容祖兒、惠英紅等在微博表態「支持新疆棉花」，陳奕迅則發聲明與BCI組織成員之一的Tommy Hilfiger終止一切合作，一眾網友紛紛留言支持。

內地網民心聲

- 別指望又吃中國飯，還砸中國鍋！
- 真要這麼硬氣就請各品牌一步到位退出中國市場
- 堅決抵制觸碰中國利益的行為，甭管你之前在中國混得好
- 奇了怪了，他們什麼都不知道，做調查了嗎？去實地考察了嗎？知道新疆人人家自己什麼想法嘛？什麼都不知道就聽聽他人的污蔑造謠，就信了？太可笑了



▲3月25日，網傳一段影片中，工作人員拆除成都大悅城H&M商標。 視頻截圖

H&M從紅到涼的24小時

3月23日

- H&M官網發布「抵制新疆棉花」聲明
- 當晚被博主搬運到微博，引發激烈討論

3月24日上午

- 上午10時，共青團中央確認事實後，官方微博發文「新疆棉花不吃這一套！」要求H&M摘下有色眼鏡，停止散播虛假信息
- 央視新聞隨後表態：所謂新疆存在「強迫勞動」「歧視少數民族」是徹頭徹尾的謊言，外交部已在多個場合反覆澄清事實和真相

3月24日下午

- 黃軒、宋茜等相關藝人通過工作室表示與H&M已無合作，或不存在任何合作關係

3月24日晚間

- 淘寶、京東等主要電商平台上，所有相關產品都已下架，品牌關鍵詞無法被搜索到
- 一些國產手機應用商店中，H&M商城App也被下架
- H&M中國通過品牌官方微博回應事件，稱「一如既往地尊重中國消費者」，並「致力於在中國的長期投入與發展」，但網友並不買賬

3月25日

- 中國外交部例行記者會上，發言人華春瑩指出，有關中國新疆「強迫勞動」這個指責本身是不存在的。「中國的市場就在這，不需要我們去專門搞什麼「脅迫」，但是有一點是肯定的，現在中國老百姓不允許一些外國人一邊吃着中國的飯，一邊砸着中國的碗。」
- 中國商務部例行記者會上，發言人高峰表示，所謂中國新疆地區存在「強迫勞動」，完全是子虛烏有，純白無瑕的新疆棉花不容任何勢力玷污抹黑

大公報整理

暗箭傷人

惡行敗露

藝人割席

商品下架

強烈譴責

國產服飾品牌崛起機遇

專家解讀

受訪專家表示，在加快構建「雙循環」新發展格局背景下，中國正全面促進消費、加速培育完整的消費內需體系，得益於強大的供應鏈優勢、領先的電商滲透率，以及「文化自信」大趨勢，中國正從「中國製造」向「中國品牌」跨越，國產品牌亦有望迎來最佳的崛起機遇。

胡潤百富首席調研官胡潤向大公報表示，中國已經明確在「十四五」期間，將「堅持擴大內需」作為戰略基點，加快構建「雙循環」新發展格局，同時全面促進消費，加快培育完整的內需體系，這些都有望為中國品牌的做大做強奠定基礎。他續稱，很多中國



▲新疆採棉已高度機械化。圖為採棉機在新疆瑪納斯縣一處棉田作業。 新華社

企業都極其重視自身的品牌塑造，「中國已經進入品牌時代，近兩年我明顯感受到中國本土品牌的崛起，特別是在大消費領域，中國品牌不僅在產品方面達到了國際標準，品牌的設計、包裝也均達到國際水準」。

胡潤直言，從「中國製造」到「中國品牌」的跨越過程，是民族自信和品牌意識相互交融的結果，更是中國企業家勇於創新思維的體現，特別是通過積極擁抱科技，中國消費品牌正向技術「數智化」方向邁進，中國的牌競爭力也將得到進一步提升。

H&M瑞典股價急挫

此外，H&M、耐克（Nike）、阿迪達斯（adidas）先後被曝光抵制新疆棉花聲明後，A股及港股中的服飾、棉花板塊25日以逆市上升作回應。受抵制浪潮影響，在瑞典上市的H&M股價曾大跌4.4%，耐克在美股早段亦曾跌5.38%，低見126美元。

大公報記者 倪晨晨

環時：給賺中國人錢的洋品牌立規

【大公報訊】記者倪晨晨上海報道：H&M抵制中國新疆棉花的行為引發眾怒。多家中央級媒體也針對H&M罔顧事實、傲慢無知的態度刊發評論。央視評論稱，如此行為，只會換來中國消費者「自衛」，用腳投票，用抵制教訓不守規矩的企業！《環球時報》亦指出：「是時候給這些賺中國人錢的外國品牌立個規矩了。」

《人民日報》評論說，新疆沒有所謂「強迫勞動」，事實勝於雄辯，不是個別人造謠抹黑就能改變。H&M寧願相信少數人散布的謊言，也不願聽聽十幾億中國人的心聲、不願去新疆走走看看，這般操弄意欲何為？中國市場雖大，但不歡迎任何惡意中傷者；國家利益高於一切，「吃飯砸鍋」注定痴心妄想。

「新華微評」稱，中國市場足夠大、心胸足夠寬廣，願意與所有外企共享發展機遇，但如果沒有相互尊重，則合作就失去了意義。一邊幹着傷害中國的事情，一邊又想在中國賺得盆滿鉢滿，這樣的如意算盤，誰也別想打！央視評論也指出，在中國賺個盆滿鉢滿，卻中傷中國、肆意栽贓，這種企業毫無基本商業倫理，逾越底線。國家主權不容侵犯，中國事務豈容說三道四？

《環球時報》的評論認為，其他許多在中國市場熱賣的外國服裝品牌，近兩年裏也都發表過涉及中國新疆的聲明，其內容也與H&M頗為相似。我們真正應該做的，是讓我們的智庫、民間NGO、媒體和政府以及行業協會也聯動起來，在道德和價值觀上給這些外國資本家立起一套「規矩」。