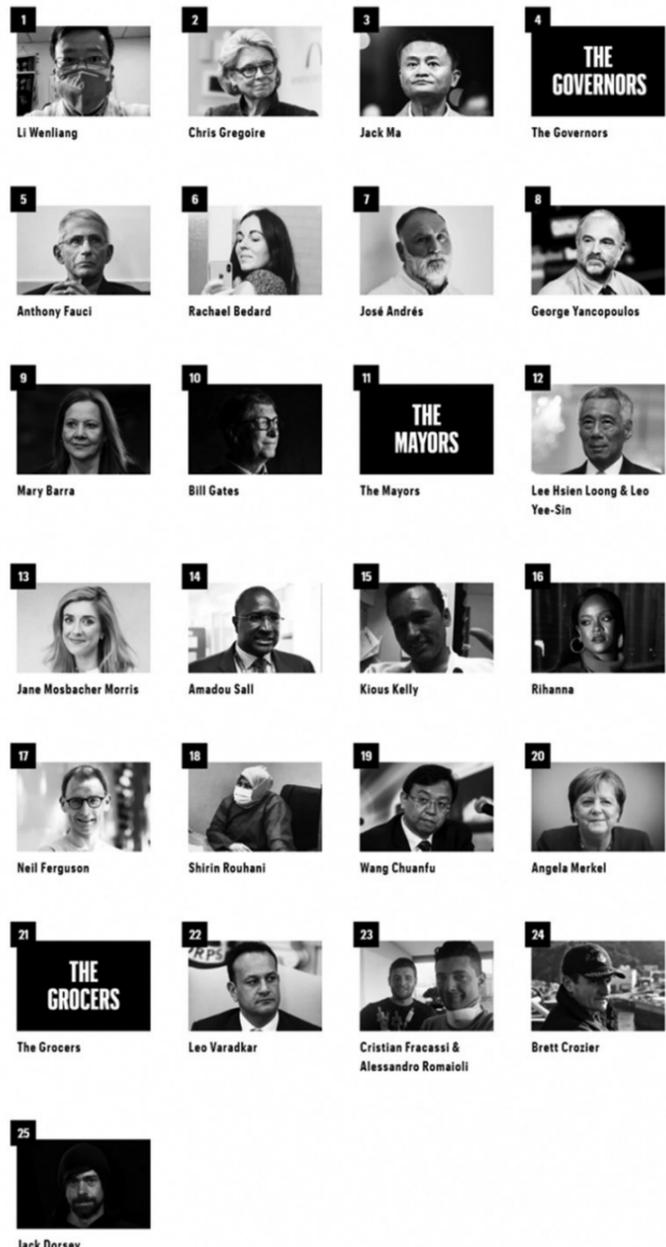


《财富》发布影响力名单致敬抗疫者

福奇、马云等入选

< 2020 2019 2018 2017 2016 2015 >



2020年《财富》全球最具影响力的人物名单发布。

新冠疫情威胁全球，2020年《财富》(Fortune)全球最具影响力的人物近日发布，向抗击疫情的人们致敬。

北京中国日报网报道，该榜单已经连续发布7年。《财富》杂志称，这是第一次，希望将这个年度榜单献给那些在这个决定性时刻引领世界、团结世界的领导者。

“历史上，还从没有一场疾病像此次席卷全球的新型冠状病毒病一样，对人类的生命和健康造成如此大的威胁。幸运和令人欣慰的是，从一开始，人们便在这次全球大流行的疫情中展现出非凡的智慧、勇气和悲悯。因此，我们将第七年的榜单献给这些在决定人类命运的时刻挺身而出、为全世界所有人的福祉而奋斗的人们，特别是来自医疗界的勇士，他们中的很多人已经在这场与疾病的战争中献出了生命。”财富中文网公布的颁奖词写道。

这个名单上包括美国、中国等地多位有影响的人物。

根据财富中文网公布的信息，国立过敏与传染病研究所所长福奇(Anthony Fauci)入选。在担任该研究所主任的36年中，福奇指导美国应对了从艾滋病到兹卡病毒的暴发。福奇成为此次疫情中最受信任的权威人物之一。公众能够从他坦率、诚恳的话语中获得安慰。

比尔·盖茨(Bill Gates)入选。2017年，盖茨创立了流行病防范创新联盟，该组织已有8个COVID-19候选疫苗投入研发。今年2月，盖茨将资金用于非洲和南亚的关键公共卫生基础设施建设，以应对病毒的袭击。

纽约西奈山医院急诊科护士基斯·凯利(Kious Kelly)入选。凯利是数以万计医护人员中的一员，冒着生命危险奋战在一线。据悉，凯利是纽约市第一位死于新冠病毒的护士。

推特(Twitter)和Square公司首席执行官杰克·多尔西(Jack

Doesey)入选。多尔西承诺将捐10亿美元的Square公司股票以支持疫情救助工作，这相当于他本人28%的资产。截至4月中旬，已累计发放约520万美元，第一批受惠者是在居家政策下受到家庭暴力的女性。除了疫情方面，他还考虑将剩余资金用于支持女孩教育、提升国民基本收入。

阿里巴巴联合创始人马云入选。疫情期间，马云打破了地缘政治的紧张局面，不仅向美国疾控中心捐赠了数千套检测试剂和100万个口罩，还迅速帮助了其他医疗物资不足的国家，尤其是在拉美和非洲。截至4月中旬，马云一共向100多个国家捐赠了1800万个口罩、300份检测试剂，以及几千台呼吸机。

比亚迪董事会主席王传福入选。他是首批迅速行动起来转向生产抗疫物资的商界领袖之一。如今，这家总部位于深圳的电动汽车制造商成为了全球最大的医用口罩生产商。

帝国理工大学教授尼尔·弗格森(Neil Ferguson)入选。流行病学专家弗格森和他的团队通过数学模型发现，英国政府3月初的“群体免疫”策略并不能有效控制疫情，并警告：如果不实施封锁，英国将有超过50万人丧生。英国政府听取了其建议并改变了策略。

2020年《财富》全球最具影响力的人物完整名单

武汉中心医院眼科医生李文亮；

Challenge Seattle公司首席执行官、华盛顿州前州长克里斯·格雷瓜尔(Chris Gregoire)；

阿里巴巴联合创始人马云；

美国州长，包括华盛顿州的杰伊·英斯利(Jay Inslee)、密歇根州的格雷琴·惠特默(Gretchen Whitmer)、俄亥俄州的迈克·德文(Mike DeWine)；

国立过敏与传染病研究所所长福奇(Anthony Fauci)；

纽约里克斯岛老年病医师雷切尔·贝达德(Rachael Bedard)；

世界中央厨房创始人乔斯·安德烈斯(José Andrés)；

再生元制药首席科学官、联合创始人乔治·扬科普洛斯(George Yancopoulos)；

通用汽车首席执行官玛丽·巴拉(Mary Barra)；

比尔和梅琳达·盖茨基金会联合创始人比尔·盖茨(Bill Gates)；

市长们，包括芝加哥市长洛里·莱特福(Lori Lightfoot)、西雅图市长珍妮·杜尔坎(Jenny Durkan)、旧金山市长伦敦·布里德(London Breed)；

新加坡总理李显龙、新加坡国家传染病中心执行主任李叶新；

To the Market公司创始人兼首席执行官简·莫斯巴赫·莫里斯(Jane Mosbacher Morris)；

塞内加尔巴斯德研究所主任阿玛杜·萨尔(Amadou Sall)；

纽约西奈山医院急诊科护士基斯·凯利(Kious Kelly)；

Clara Lionel基金会与Fenty Beauty创始人蕾哈娜(Rihanna)；

帝国理工大学教授尼尔·弗格森(Neil Ferguson)；

伊朗Shohada医院医生西林·鲁哈尼(Shirin Rouhani)；

比亚迪董事会主席王传福；

德国总理默克尔；

食品杂货商，包括英国的Waitrose、美国的H-E-B、加拿大的Sobeys；

爱尔兰首相利奥·瓦拉德卡(Leo Varadkar)；

意大利Isinnova公司首席执行官&工程师克里斯蒂安·弗拉卡西(Cristian Fracassi) & 亚历山大·洛马奥利(Alessandro Romaioli)；

“罗斯福”号航母前司令官布雷特·克罗泽(Brett Crozier)；

推特(Twitter)和Square公司首席执行官杰克·多尔西(Jack

Doesey)。

美“星链”计划第7批60颗卫星成功发射

美国太空探索技术公司22日发射一枚“猎鹰9”火箭将“星链”计划第7批60颗卫星送入太空，继续搭建全球卫星互联网。

直播画面显示，美国东部时间22日15时30分(北京时间23日3时30分)，搭载60颗卫星的“猎鹰9”火箭从佛罗里达州卡纳维拉尔角空军基地升空。约2分钟后，火箭一二级成功分离。随后，火箭第一级按计划降落到大西洋上的回收船上。

发射约15分钟后，这批卫星被送至地球上空的一个椭圆形轨道，未来它们将借助自身搭载的推进器最终进入地球上空约550千米处的运行轨道。

这是太空探索技术公司自去年5月起发射的第7批“星链”卫星，也是今年以来第3次完成“星链”卫星发射任务。该公司计划2019年至2024年间在太空搭建由约1.2万颗卫星组成的“星链”网络，从太空向地球提供高速互联网接入服务。

不过，国际天文学界一直对数量庞大的卫星可能影响天文观测表示担忧。

欧盟地理标志产品销售额逾700亿欧元 溢价明显

欧盟委员会(下称“欧委会”)最新发布一项研究显示，享有欧盟“地理标志”(GI)名称保护的农业食品和饮料产品销售额达747.6亿欧元，其中五分之一以上来自欧盟市场以外的出口。

欧盟农业委员沃伊切霍夫斯基(Janusz Wojciechowski)对此表示：“地理标志是我们贸易协议的关键部分。通过在全球范围内保护产品，我们可以防止欺诈性使用产品名称，并保持欧洲农产品和饮料产品的良好声誉。地理标志在全球范围内保护本地价值。”

平均销售价是未认证同类产品两倍

据悉，该研究是基于2017年底在欧盟28个成员国中受保护的所有3207个产品名称(截至2020年3月底，受保护的名称总数增加到3,322个)做出的。

研究发现，具有受保护名称的产品售价平均是未认证同类产品的两倍，即受保护产品享有更高的销售溢价。研究表明，葡萄酒溢价率为2.85，烈酒溢价率为2.52，农产品和食品的溢价率为1.5。

由于这些产品的高质量和声誉，消费者愿意购买正品，在营销和销售增长方面，对生产者具有明显的经济利益。

欧盟地理标志产品和传统特

色产品的总销售额在2017年估计为771.5亿欧元，占欧洲食品和饮料行业总销售额的7%。其中，葡萄酒占一半以上(394亿欧元)，农产品和食品35%(273.4亿欧元)，烈酒13%(103.5亿欧元)。而在2017年注册的3207个产品名称中，葡萄酒占49%，农产品食品占43%，烈酒饮料占8%。

葡萄酒仍然是最重要的产品

葡萄酒是地理标志产品中最重要产品。数字显示，地理标志产品占欧盟农产品出口总额的15.5%，其中葡萄酒占比总销售价值的51%，欧盟以外贸易的50%。

欧盟在研究中指出，美国、中国和新加坡是欧盟地理标志产品的首批目的地，占地理标志产品出口值的一半。

在欧盟的定义中，地理标志包括受保护的地理标志(PGI)和受保护的原产地标记(PDO)。通常产品在特定的原产地运用专门知

识和技术做成。

PDO和PGI之间的主要区别在于，有多少原材料来自该地区，或者生产过程的哪些步骤必须在特定区域内进行。著名的地理标志产品包括巴伐利亚啤酒、爱尔兰威士忌、卡拉马特橄榄、帕马森芝士、波兰伏特加、曼彻格奶酪、罗克福干酪等等。

PDO和PGI之间的主要区别在于，有多少原材料来自该地区，或者生产过程的哪些步骤必须在特定区域内进行。

当下，欧盟已经缔结了30多个国际协议，这些协议允许在第三方国家认可众多欧盟地理标志产品，并在欧盟范围内认可非欧盟地理标志产品。

2019年11月6日，中欧签署了《关于结束中华人民共和国政府与欧洲联盟地理标志保护与合作协定谈判的联合声明》，宣布中欧地理标志保护与合作协定谈

判结束。

这也是中国对外商签的第一个全面高水平的地理标志保护双边协定。

商务部新闻发言人高峰曾对此表示，中欧地理标志协定为中国有关产品进入欧盟市场、提升市场的知名度提供了有力的保障。根据该协定，中国相关产品有权使用欧盟的官方认证标志，有利于获得欧盟消费者的认可，进一步推动中国相关产品的对欧出口。

据悉，中欧地理标志协定谈判始于2011年，历时8年，协定文本共14条，对地理标志设定了高水平的保护规则，并在附录中纳入双方各275项具有各自地区特色的地理标志产品，比如中国的安吉白茶、赣南脐橙、贺兰山东麓葡萄酒，欧洲的帕尔马火腿、爱尔兰威士忌等。

