

# 美国废除《清洁电力计划》 奥巴马又一政治遗产被铲除

分析称这一决定不能帮美国煤炭行业复苏,反而损害美国形象

不出意料,日前,美国环境保护局以不合法为由,宣布废除奥巴马政府推出的气候政策《清洁电力计划》。分析人士认为,这一争议性决定并不能帮助美国煤炭行业复苏,反而会减缓美国向低碳能源转型的进程,进一步损害了美国在应对气候变化问题上的国际形象。

先是退出《巴黎协定》  
现又废除  
《清洁电力计划》

分析人士还指出,特朗普已于今年6月宣布退出全球应对气候变化的《巴黎协定》,废除《清洁电力计划》将使美国更难履行应对气候变化的责任,进一步损害美国的国际形象。

同时,煤炭作为“退出的经济”也不大可能获得复兴机会。受成本和州政策影响,美国许多地方已经从煤炭转向使用天然气、风能和太阳能。例如,加利福尼亚和纽约等州已宣布,不管华盛顿是否参与,他们都将积极应对气候变化。因此,特朗普政府的气候政策只会减缓美国向清洁能源转型的进程。

新华网

废除后对美国影响几何?

《清洁电力计划》由美国前环保局局长吉娜·麦卡锡领衔制定并推出。麦卡锡在一份声明中回应说,废除《清洁电力计划》,同时没有任何时间表或承诺提出新规定减少碳污染,这是气候政策的“全面倒退”。

对于普鲁伊特宣布废除《清洁电力计划》,行业反应不一。

一些美国贸易组织称赞说,这是正确的决定,让美国电力生

产厂家“感到巨大的解脱”,也是增加国内化石能源生产、让民众用上可靠而又负担得起的电力关键的一步,将推动美国经济增长;而一些环保组织批评道,这是给化石能源行业污染空气发放自由通行证,所推翻的计划原本能防止成千上万早产儿死亡和儿童哮喘病例。这一举动也为美国向可再生能源转型泼了一盆冷水,将伤害美国的安全和经济。

1 《清洁电力计划》  
缘何重要?

《清洁电力计划》之所以关键,是因为它的监管对象是美国碳排放“大户”——发电厂,后者在美国国内碳排放总量中所占比例达三分之一。根据《清洁电力计划》,美国各州需制定计划,到2030年将发电厂的排放量减少到比2005年低32%的水平。

然而,削减发电厂的碳排放在美国是个敏感的政治话题。奥巴马曾尝试在其第一个总统任期内推动国会通过一项碳排放限额交易法案,结果该法案被参议院否决,主要原因之一是来自煤炭行业和产煤各州的阻力。

到了第二任期,奥巴马为了政治遗产放手一搏,于2015年正式推出《清洁电力计划》,这也是美国政府兑现《巴黎协定》承诺目标的一个关键组成部分。

但是,一些行业组织和美国27个州随即把美国环保局告上法庭,以《清洁电力计划》不合法为由要求暂缓实施。2016年2月,美国最高法院以5票对4票同意了这一请求。

《清洁电力计划》原定2022年才生效,在美国最高法院下令暂缓实施后,该政策就此搁浅,实际上从未进入执行阶段。

2

3 美国减排下一步走向何方?

2009年,美国环保局曾把温室气体确定为污染物。按照美国《清洁空气法》的要求,美国环保局必须采取措施调控温室气体排放。然而,《清洁电力计划》被废弃后,特朗普政府尚未提出新的替代方案,只是表示欢迎各界就此提出建议。

纽约和马萨诸塞等州的检察长表示,特朗普政府这一做法“不负责任”,他们将在法庭上起诉美国环保局。

“化石能源发电厂是我们国家最大的气候变化污染源之一,科学常识和法律规定(要求)环保局应采取行动减排,”纽约州检察长埃里克·施奈德曼在一份声明中说,“我将利用一切法律工具来与他们的危险议程做斗争。”

对此,美国国内一些行业组织也理性地指出,美国环保局应采取更温和的政策取代《清洁电力计划》,以避免遭遇任何法律上的挑战。



## 麦当劳时隔19年在美推“四川辣酱”引出黄牛党 辣酱遭哄抢 网友抵制麦当劳

最近在美国大家争相抢购一款四川辣酱。买到的人是喜出望外,而没买到的人是垂头丧气,甚至要举行抗议。

1998年,为配合迪士尼动画电影《花木兰》,美国快餐连锁巨头麦当劳公司曾推出一款极具中国特色的麦乐鸡块蘸酱——四川辣酱。时隔19年,四川辣酱“再次回归”,与美国热播动画“瑞克和莫蒂”有关。在该动画中,主角瑞克大呼,找到麦当劳的那款四川辣酱是支撑他的唯一动力。动画片的热播,引发影迷的好奇和食客们对当年四川辣酱的怀念。为此,麦当劳宣布10月7日当天,美国境内的一些指定餐厅限量供应这款四川辣酱。

一经推出,吸引大量食客慕名排队

购买。一些店铺甚至吸引了数千名顾客前来排队。一些店家不得不请警方出马维持秩序。但因辣酱供应极为有限,不少顾客在排队数小时后被告知辣酱已售罄。一些没有买到的顾客甚至举起标语进行抗议。

据报道,爆款四川辣酱是甜辣口味,既有中国特色,又符合美国人口味。在网上出现了贩卖四川辣酱的“黄牛党”。一些“黄牛”购得辣酱后,在网上拍卖。几包辣酱的售价竟然高达数百美元。最为夸张的是,今年早些时候,1998年的过期四川辣酱还以1.47万美元的价格在拍卖网站易贝上成交。

此次四川辣酱的抢购热潮还从线下蔓延到了线上,在互联网上,不少顾

客表达了对麦当劳的不满,甚至呼吁要为此抵制麦当劳。

有网友说:“我去了两家售卖四川辣酱的门店,但他们说他们根本没有拿到过货,看来这是骗人的。”

有网友呼吁抵制麦当劳,认为商家只是以“四川辣酱”为噱头进行虚假宣传。作为回应,麦当劳向错过此次四川辣酱的顾客致歉,并承诺将在今年冬天彻底回归。

有人猜测可能是从前吃过这款辣酱的美国人到了中年,到了集体怀旧的时间才引发了这次抢购热潮。也有人说这其实是商家的饥饿营销策略,大家都被麦当劳给忽悠了。

央视网



Frederick @fawich  
They ran out of Szechuan sauce already #giveusthesauce  
@McDonalds @adultswim #RickandMorty  
2:09 AM - Oct 8, 2017 - McDonalds  
34 387 1,086