

# 中俄南海联合军演提升两国战略互信

□ 中国现代国际关系研究院 韩一元

## ■提要

9月12至19日,中俄海军在南海实施联合军事演习。此次演习是历年来中俄海上联合演习中实战化、信息化、规范化最高的一次,提升了两国两军之间战略互信。这也表明中俄军演正在从传统象征意义的演练向真练实备的“练为战”转变,双方军事合作取得巨大实质性进展。同时也向外界展现了双方进一步深化战略伙伴关系信心和决心。

等汇总双方数据作出评估后,才能给出最终演习结论。此举进一步提升联合演习的实战性,提升两国两军之间战略互信。

其次,此次联合演习首次启用“中俄海上联合专用指挥信息系统”。此系统在本质上是一种自动化的战区战术通信指挥网络,类似于北约内部通用的“Link16”,能够以自动化模式完成战区内敌我目标的数据生成、上报、分发和共享流程,可在指挥机构和各类作战平台之间实现目标信息数据“无缝衔接”。借助该系统,双方能同步实时掌握演习进展和相关海空域情报态势信息,并依此快速、果断定下作战决策,严密组织攻防行动,确保双方兵力行动高度一致,初步打通双方“信息瓶颈”。

第三,演习科目齐全且与实战化密切相关。此次演习主要围绕联合防空、联合反潜、联合海

空歼歼、联合立体夺控岛礁、联合搜救、联合登陆检查等科目展开演练。其中,双方联合使用武器对海上靶标、无人飞行器进行射击,联合立体夺控岛礁中的坦克装甲车协同行动,在联合反潜中共同搜潜等内容实战性突出。反潜作战和登陆作战属于海上作战的难点课题,也是最能代表海军实力和训练水平的科目。只有在高度战略互信的基础上,来自不同国家的海军才会开展联合演练。

第四,参演兵力规模大,作战能力强。中方参演兵力是海军三个舰队的精锐力量,以南海舰队兵力为主,有水面舰艇部队、两栖作战部队、海军航空兵等多种力量,武器装备先进,训练水平高,远海实践经验丰富。俄方参演兵力也是太平洋舰队的主力部队,反潜和防空能力强,双方可谓“强强联手”。中方派出导弹驱逐舰

广州舰、两栖登陆舰云雾山舰等10艘主力舰艇和19架军机参加,俄罗斯太平洋舰队派出5艘舰艇参加。俄“激烈”号导弹驱逐舰舰长谢尔盖海军上校表示,实战化理念贯穿演习全程,每一名官兵在汇报情况、请示工作、接受命令时完全按照战时标准。

第五,演习地域敏感,此次演习是中国与外国海军首次在南海实施真正的联合军演。“海上联合”系列演习曾在黄海、东海、地中海和彼得大帝湾实施,今年安排在颇为特殊的南海。日本《每日新闻》评论称,中国此举目的在于彰显与俄罗斯的合作,巩固实效支配。此前人们普遍认为,俄罗斯传统上与越南友好,出于顾及俄越关系,俄对在南海举行联合军事演习持消极态度。此次联合演习促中俄政治军事合作关系再上新台阶,也向外界展现了双方进一步深化战略合作伙伴关系的信心和决心。

尽管中俄双方均表示,此次演习属于中俄两国海军年度例行性军事交流与合作,不针对第三方,也不针对某个特定区域,但仍引发国际社会,特别是美日等国的高度关注。在中俄展开联合军演的同时,美国也于9月12至23日在太平洋举行名为“2016勇敢之盾”的大规模海军演习。双方海上军演时间重叠,其中意味耐人寻味。多家日媒称,中俄军演将对钓鱼岛及其附属岛屿防卫产生直接影响。可以说,此次演习对于中俄共同应对各种海上安全威胁意义重大。

## 我国从法国成功引渡逃犯

据新华社北京9月20日电 外交部发言人陆慷20日在例行记者会上表示,中国政府高度重视追逃追赃国际合作,今后将进一步加大境外追逃追赃力度。

据报道,中方近日将一名犯罪嫌疑人从法国押解回国。

陆慷就此表示,近日,在法方积极协助和中国驻法国使馆配合下,公安部“猎狐行动”工作组将浙江省公安机关通缉的犯罪嫌疑人陈文华从法国押解回国。

陆慷说,这是中法引渡条约2015年生效后法国引渡的首名逃犯,实现了追捕潜逃法国犯罪嫌疑人重大突破。这也是继意大利、西班牙等国之后,中方再次在欧洲国家成功引渡逃犯。

## 日新安法通过一周年 市民团体举行抗议集会

中方望日方在军事安全领域慎重行事

据新华社北京9月20日电 外交部发言人陆慷20日在例行记者会上表示,希望日本在军事安全领域慎重行事,坚持和平发展道路。

有记者问:昨天是日本新安法通过一周年。据报道,日本的一些市民团体举行大规模抗议集会,据估计有2.3万人参加。中方对此有何评论?

陆慷说,上个世纪日本军国主义发动的侵略战争,曾给中国和其他亚洲国家造成了深重灾害,日本无辜民众最终也成了牺牲品。日本人民和有识之士不愿重蹈历史覆辙,要求固守和平宪法的呼声是有理由的,也是可以理解的。

“我们希望日方切实汲取历史教训,认真倾听日本国内和国际社会正义呼声,重视亚洲邻国安全关切,在军事安全领域慎重行事,坚持和平发展道路。”陆慷说。

## 朝鲜宣布成功试验

### “运载火箭”大功率发动机

据新华社电 朝中社20日晨发布消息称,朝鲜成功进行了卫星“运载火箭”新型大功率发动机地上点火试验,地点在西北卫星发射场。

报道未提供这次试验的具体时间。朝鲜最高领导人金正恩亲临现场指导试验,并“下达了实施试验的命令”。该试验目的是核定发动机燃烧室的状态以及控制系统、阀系统和发动机运行稳定性。

据朝中社报道,大功率发动机试验成功,为朝鲜今后研发更新的卫星运载火箭提供了科技保证。金正恩说,朝鲜国家宇宙开发局要以研发多种用途的卫星为重点,力争几年内使朝鲜成为拥有地球同步卫星的国家。

去年全国收费公路通行费收了4097.8亿元,花了7285.1亿元——

# 公路通行费收入去哪儿了

交通运输部20日汇总发布2015年收费公路统计公报,2015年全国收费公路通行费收支缺口为3187.3亿元。通行费收入去哪儿了?收支缺口越滚越大,有没有偿债风险?

## 通行费收入去哪儿了

2015年收费公路统计公报显示,2015年全国收费公路通行费收入总额为4097.8亿元,支出总额为7285.1亿元。交通运输部公路局副局长孙永红说,支出中近八成是偿还到期债务本金和利息,其余2成用于养护管理、公路及附属设施改扩建以及税费等其他支出。

2015年全国收费公路的养护支出503.5亿元,公路附属设施改扩建工程支出188.2亿元,运营管理支出527.5亿元,税费支出296.5亿元,其他支出19.5亿元(包括偿还母公司代垫建设期总

承包工程款、工程项目质保金、票据印刷费、职工培训教育、委托管理费等),分别占收费公路支出总额的6.9%、2.6%、7.2%、4.1%和10.3%,较2014年都没有显著变化,而运营管理支出较2014年的534亿元略有下降。

据交通运输部统计,在我国现有公路网中,超过98%的高速公路,61%的一级公路和42%的二级公路,都是依靠收费公路政策建成的。

## 收支缺口同比增幅超一倍

2015年全国收费公路通行费收支缺口为3187.3亿元,与2014年相比扩大了1616.2亿元,增幅102.9%。其中,偿还债务本金支出增加1391.3亿元,偿还债务利息支出增加150.9亿元,增幅分别为66.0%和7.2%。

孙永红说,收支缺口比2014年增加一倍多,

主要有两方面原因:一是建设任务重,债务增长速度快,还本付息的支出快速增长;二是当前收费公路已进入偿债高峰期。

2015年收费公路的还本付息支出为5749.8亿元,比2014年的4207.7亿元增加了1542.1亿元,增长26.8%。收费公路累计总债务为44493.7亿元,按照5年以上贷款利率6%计算,每年需要偿还的利息2670亿元,需要偿还本金近3000亿元,加在一起,每年仅还本付息的支出就超过5000亿元。

据介绍,银行一般会给收费公路项目“建设期+1年”的宽限期,宽限期内可以只付息,少还本甚至暂不还本。待宽限期结束后,还本付息支出会有较大幅度的增长。

## 收支缺口缘何越滚越大

据交通运输部统计,从2010年至2014年,收

费公路通行费收支平衡结果依次为:32.5亿元、负323.3亿元、负565.7亿元、负660.5亿元、负1571.1亿元,至2015年收支缺口进一步扩大。

交通运输部公路科学研究院研究员虞明远分析,收费公路债务规模越来越大,和我国公路建设的模式密切相关。虽然目前收费公路的债务还在增长,但总体上仍在有效偿还,整体上具备一定的还本付息能力,债务风险可控。

国家发改委综合运输研究所研究员李玉涛说,当前,我国高速公路还处在加快成网的集中建设阶段,国家财政投入无法满足需求。公路建设,特别是高速公路建设只能依靠收费公路政策筹集资金。原有的收费公路管理条例对社会资本的吸引力不理想,在很多基础设施公共服务领域也不能满足公众的需求。在条例的修订上,将重点对特许经营制度、价格政策等方面进行调整和完善。(据新华社北京9月20日电)

## 泰安推进全域旅游走向全民旅游

# 登山节5万张免费门票送出什么?

影响力持续发酵至中秋小长假,“山”“城”旅游全面井喷

□ 刘英

编者按:9月6日至12日,泰山国际登山节恰逢“三十而立”。30年,这项起初以“山”为主题的体育赛事,已经变成一场以“城”为主角的全民旅游盛宴。

出乎官方意料的是,游客对这场盛宴的“捧场”一直持续到随之而来的中秋小长假。中秋节当天,泰山景区领衔各景区增幅,接待游客1.79万人次,增长153.06%;收入139.48万元,增长146.43%。三天假期,“城”里的不少景区达“三位数”增幅,创历史同期接待和收入新高,“山”、“城”旅游实现井喷式增长。

登山节连着中秋节,泰安不仅向世人发出“泰山之邀·梦圆泰安”的节日邀请,且面向全球网民“豪掷”5万多张免费门票,其中泰山景区送出门票1万张。这一“送”,还真送出了“大事”!

据大数据统计,抢票平台在20多天收获2460万网民参与并关注抢票活动。最终,25家景区共送出57140张门票,吸引来自7个国家的海外游客抢走206张,省外游客抢走13754张,省内游客抢走43180张,泰安当地游客抢走9873张。在业内人士看来,抢票活动及大数据分析不仅可以对比出登山节的30年变迁,而且印证了泰安旅游全域“走强”的实力,对游客的影响发生了从过去“登泰山小天下”到如今“祈福天下泰安”的根本逆转。

## 2460万人“围观”送的是“底气”

作为第30届泰山国际登山节重头戏之一,登山节全球网络抢票活动,不仅成为泰安旅游的“圈粉儿”利器,还着实充当了一次检验泰安全域旅游活力的“试金石”。

8月10日至9月5日,中外游客通过网络抢票的方式,喜获泰安25家3A级以上旅游景区拿出的5.7万张价值584.5万元的免费门票,其中仅泰山景区的门票就送出1万张。通过抢票数据统计,活动共吸引2460万网民“围观”,抢票成功的国内手机用户遍布全国31个省份和地区,而我国版图最西端的新疆,是除了山东以外,抢到门票最多的省份。此外,内蒙古、甘肃,

四川、青海、福建、贵州、云南、宁夏、海南、西藏及澳门等,这些与山东相距甚远的省份和地区,人们的抢票热情也非同一般,这些省外游客最终抢得门票13754张,占比24%。而海外游客抢出的206张票共涉及了7个国家,分别被印度、巴基斯坦、尼泊尔、毛里求斯、加纳、孟加拉、赞比亚等国家的游客率先抢到。抢票活动最大的“赢家”还是省内游客,共43180人,占比76%。主要集中在济南、临沂、济宁、莱芜。也就是说,一次抢票活动,为登山节从2640万粉丝中,“定向”邀请了5万多位游客。

“30岁的登山节是泰安的一张国际名片,它全程见证了泰安旅游从泰山时代到山城时代再到旅游目的地时代、全域旅游时代的变迁。”泰安市旅游局局长程明说,在策划登山节活动之初,泰安市委、市政府即要求以“与全民共享全域旅游发展成果”为立足点,让泰安市民和游客得到真正的实惠。于是,我们针对节庆旅游营销的特点,整合包括泰山在内的主要景区资源,充分发挥互联网营销优势,设计了登山节网络抢票活动。

这样做的好处是,在一定时段内通过网络广而告之,可以集聚人气高度关注泰安旅游,关注登山节,抢免费门票实现的是一“对一”精准营销,获得的大数据可用于分析客源源地构成及游客偏好,不失为一次一举多得的事件营销。

互联网营销时代,“精准”是每一个旅游目的地的追求目标。得益于高铁和自驾车的便利,泰安旅游接待的散客数量越来越多,团队的比例越来越小,获得游客信息的来源向多渠道发展。今年清明节三天小长假,泰安高铁站突破建站以来的单日发送量记录,达到1.7万人次,仅比济南西站少不到2000人次,比曲阜、滕州、枣庄三个站发送量的总和还多。到了中秋节,泰山景区(进山进景区)共接待游客6.91万人次,富集乡村休闲旅游项目的岱岳区游客接待量达到4.5万人次。这么大的客流量,怎么吸引他们在泰安留下来、留下来,还想来?

对泰安来说,海量游客的流动,并非市场倒逼的结果,而是得益于8年前开始实施的“龙之旅”发展战略:“龙头”泰山深入挖掘自然、地质及历史文化内涵,规划建设9.7平方公里的泰山文化产业园,“吸引人”的作用不断增强。“龙体”泰城开发建设方特欢乐世界、宝泰隆旅游度假区、花样年华、太阳部落、天

乐城水世界、泰山温泉城、刘老根大舞台等一批高端旅游文化项目,提升城市对旅游吸引力和承载力,“留住人”的能力显著提高。“龙爪、龙尾”周边县市区整合徂徕山生态山水、莲花山宗教文化、新泰和圣文化、肥城儒商文化、宁阳蟋蟀文化、东平水浒文化等特色资源,开发休闲度假特色产品集群,周边“客常来”。自此逐步形成了以城市为中心,以资源为依托,以项目为支撑,以优势互补为特色的旅游发展模式。

可见,泰安豪掷5万张门票的底气不是与生俱来的,而是来自旅游产业发展的基础保障。从2010年到2015年,外地游客在泰安停留的时间从0.52天增长到了2天,“爬个泰山就走”的状况发生了根本变化。

## 全域旅游一呼百应 送的是“旅游+X”

如果说,送景区门票是“引客来”的手段,那么游客来了要吃饭、住宿、购物,要在泰安城里悠悠游哉,要对方方面面评头论足。

金杯银杯,不如游客的口碑。从2012年起,泰安以旅游满意度提升工程促进城市旅游服务体系升级,全面实施首问负责制,突出问题导向,整合部门资源,发挥旅游市场秩序治理联动机制,重拳整治旅游市场顽疾得到“一呼百应”。得益于实施满意度提升工程的综合治理经验,泰安在全国甫提全域旅游模式之时,信心满满。

据介绍,为了让游客全方位感受泰安的魅力,泰安正积极探索“旅游+X”模式,推动旅游业与相关产业的融合发展,形成“旅游+一切”、“一切+旅游”的强大声势。旅游+基础设施建设,加快泰安游客集散中心建设,开展“旅游厕所革命”,年内完成新建旅游厕所948座的目标任务,推动县市区旅游咨询服务中心(服务点)建设,加快高速公路、国道沿线4A以上景区标识牌建设,更新完善城区旅游交通标识牌,逐步实现旅游标识、咨询中心、手机APP等游客服务的全覆盖;旅游+会展,承接旅游行业展会,举办韩国商品博览会暨中韩文化交流会,促进会展旅游资源共享,实现旅游会展活动相互渗透、互动互惠,以旅游带动会展,以会展促进旅游;旅游+养老服务,加快“泰山四大名药”基地建设,开展中医药健康

旅游试点和中医药健康旅游示范产品建设;旅游+体育,促进旅游与体育融合发展,参与和推动“泰山冠军”中国泰山登山大奖赛、环泰山健身比赛、环泰城马拉松比赛,打响泰山国际登山比赛品牌。

通过做大旅游+文章,农牧旅游、水利旅游、工业旅游、林业旅游、商务旅游、医疗旅游、健康旅游、休闲度假、文化旅游等多业态发展,构建产业互动、城乡互通、内涵丰富、形式多样的全域旅游正在泰安扎实推进。

如今,泰安的旅游业不再只是一个单独的产业,而是第一、二、三产业的“粘合剂”,是“平安泰山”文化旅游目的地品牌建设的原动力。2015年,泰安市接待的旅游人数排在全省第4位,前3位分别是青岛、济南和烟台。同时,泰安旅游业对GDP的贡献率为18.4%,旅游消费总额相当于服务业增加值达到40.79%,排在全省第一位。

“全域旅游概念提出后,打破了过去旅游业仅仅是逛景区、景点的现状,使区域内的所有对象、环境、人文风情等都成为了能吸引游客的旅游要素,也对城市旅游环境提出了更高的要求。”泰山学院副院长王雷亭说。

## 全民共享发展成果 送的是“民意”

“我的故乡有泰山,帝王百姓都来祈平安……”如今,这首曲韵优美的《家园》,不仅成为泰安人乐于传唱的金曲,也唱响了泰安城市旅游的形象。

每一位泰安市民对城市旅游的巨变有目共睹:10年前,一提起泰安旅游,出现在所有人脑海里的一定是那座享誉世界的名山“泰山”。但是10年过去了,去泰安旅游已经不再局限于“爬泰山”,方特欢乐世界、太阳部落、宝泰隆旅游度假区等等大项目的崛起,给游客休闲游玩提供了新去处。

程明表示,此次抢票活动首先是对长期以来支持泰安旅游的广大市民游客的答谢和回馈,而从实质出发,抢票活动更是一次“事件营销”,是一次全民参与、全行业参与的事件。参加此次抢票活动的景区不仅包括泰安的龙头景区泰山,还包括泰山方特欢乐世界、泰山宝泰隆旅游度假区、泰山千古情、刘老根大舞台、泰山温泉城和东平水浒影视城等全市重

点景区景点,全市A级景区实现了全覆盖。对于门票的受欢迎程度,泰安市旅游局进行了数据分析。“民意”显示,泰山、方特、宝泰隆、泰山千古情等大型景区的门票最受欢迎。

为了突出旅游企业形象,让其与游客之间实现良好互动,泰安市旅游局还搭建了全民旅游大舞台,9月6日至7日每晚上演。大舞台节目全部由旅游企业自行组织,各个不同的时段由企业名称命名。大舞台设置了丰富多彩的宣传推介、文艺演出和诱人的抽奖环节,同时,邀请30名抽到免费门票的游客到现场,抽取价值3万元泰山玉雕作品《汉风》“豪礼”。最终,来自印度的游客阿兰幸运地成为大奖的主人。全民旅游大舞台成为宣传泰安旅游展示平台,展示旅游企业形象、营销旅游企业产品的平台,同时也是旅游企业的竞技场。

企业的生命力决定产品的市场竞争力,企业运转得好,才能为游客提供更多好的产品,进一步满足游客需求。负责市场营销的泰安市旅游局副局长张朝晖介绍说,为了延长游客停留时间,泰安立足产业集群优势,以泰山、方特欢乐世界等客源相对稳定景区为龙头,整合串联全市26个旅游项目和153家宾馆饭店,策划并推出了“中华泰山、天下泰安”三日游产品。

为把三日游产品打造成泰安旅游的新品牌,以营销“三日游”产品为重点,泰安市政府联合省旅发委先后在北京、上海、南京、合肥等地举办三日游产品新闻发布会,召开了全市三日游产品营销大会,邀请多家旅行社商泰考察踩线,联合携程、淘宝、百度开展网络营销,策划推出旅游微电影《泰安》,MV《家园》,制定三日游产品奖励政策,构建了“政府主导、市场运作、企业主体、产品主打、规范管理”的三日游营销体系。通过实施三日游整体营销,推动了旅游营销由形象宣传向产品营销转变,由景区分散促销向线路合力推介转变,由企业各自为战向协同合作共赢转变,提升了泰安旅游的整体竞争力。

2016年,泰安旅游已经跨越“泰山时代”“山城时代”,步入“旅游目的地时代”,向全域旅游、全民旅游转型升级。对于将来,泰安提出将突出“山城一体”的特色,以全域旅游为主线,以“平安文化”为主题,以休闲度假旅游为发展方向,创新实施“旅游+”战略,全力打造中外著名旅游目的地城市。