



重点

安倍“拜鬼”实为选票

日自民党总裁安倍晋三参拜靖国神社，意在重当首相

据新华社东京10月17日电
日本最大在野党自民党党首安倍晋三17日下午参拜了供奉着14名二战甲级战犯牌位的靖国神社。

安倍不是一名普通政客，2006年9月到2007年9月曾就任日本首相。安倍不久前东山再起，第二次出任自民党总裁。鉴于当前日本政局走势，安倍俨然已成为下任首相的最热门人选。

拥有如此丰富的从政经历，安倍并非不明白参拜靖国神社的政治和外交敏感度。想当年，日本因安倍的前任小泉纯一郎“拜鬼”而陷入外交困境。安倍上台后承诺执政期间不参拜靖国神社，为日本摆

脱外交困境消除了主要障碍。在日本国内，虽然对安倍执政仅短短一年便“临阵脱逃”多有非议，但对安倍摈弃小泉外交路线的选择多持肯定意见。

尽管如此，安倍17日不仅选择“拜鬼”，而且以一种“广而告之”的挑衅姿态参拜。这不仅挑衅人类良知与常识，也是在企图动摇第二次世界大战以来形成的战略国际秩序；不仅甘冒天下之大不韪，也是不折不扣的投机、短视和懦弱。

言其投机，是因为安倍企图迎合与利用日本国内迅速抬头的民粹情绪，捞取政治好处，以便在近期可能举行的国会大选中获得这

一阶层人士的支持，为他最终重返首相官邸奠定基础。

言其短视，是因为“拜鬼”之举只会让日本在历史认识的怪圈中越陷越深，也在周边外交的困境中越陷越深。

言其懦弱，是因为历史已经反反复明，做错事并且将错就错并不需要太多勇气，真正需要勇气的是正视真相、纠正错误。

日本之否定侵略历史，最具体最集中的象征就是靖国神社。对日本政治家来说，参拜与否是其在历史认识问题上的试金石。安倍今日“拜鬼”之易，给世人的警示是：日本要想真正走出侵略历史的“魔影”，难！



17日，日本自民党总裁安倍晋三参拜位于东京的靖国神社。

新华社发

○相关新闻

如任首相是否参拜安倍未表态

安倍晋三任日本首相期间，因为考虑到中韩对于靖国神社的态度而没有参拜。今年9月自民党总裁选举时，他一度表示，“任首相时因为种种原因不得不放弃参拜靖

国神社，这让我一直悔恨不已”。但被问及如果再次担任首相是否会参拜靖国神社时，他表示“要酌情考虑”。17日参拜完靖国神社后，安倍面对媒体同样的问题时说：“日

中、日韩关系处于目前的状况，不便就担任首相后的情况表态。”

安倍晋三在今年8月15日日本战败日当天就参拜靖国神社。

据中新社

○中方态度

中国外交部：日方应以史为鉴

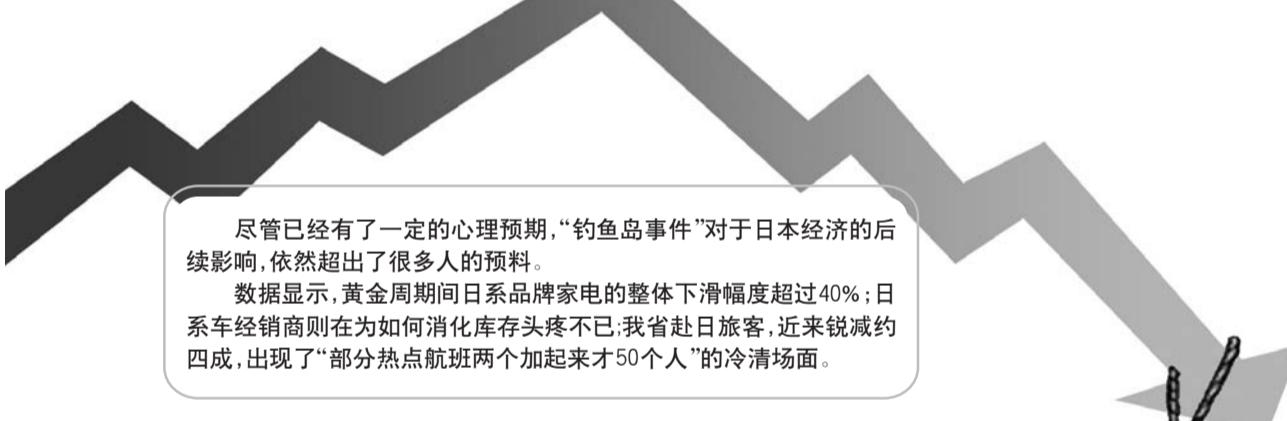
据新华社北京10月17日电 外交部发言人洪磊17日在就日本自民党总裁安倍晋三参拜靖国神社应询答问时表示，日本应切实行“以史为鉴、面向未来”的精神，恪守迄今在历史问题上作出的郑重表态和承诺，负责任地处理有关问题。

洪磊表示，靖国神社问题事关日方能否正确认识和对待日本军国主义侵略历史，涉及包括中国在内的广大受害国人民感情。中方在此问题上的立场是一贯和明确的。

日政府玩火，企业遭殃

日系家电、汽车在华销售和赴日旅游全面受影响

本报记者 仲爱梅 崔滨 杨传忠



城的日系车品牌经历了可能是有史以来最严重的打击。在经十西路的某家日系车品牌4S店里，销售经理李明(化名)看着办公室里忙着接取消订单电话的销售顾问，对这个“银十月”的销售期待，已经彻底降到了冰点。

按照往年惯例，9月的齐鲁车展加上“十一”黄金周，省城的日系车经销商往往会上适当增加库存。没想到，中日关系急转直下，日系车销量忽然大幅度下滑。目前，省城的日系车品牌已经全部取消了本该在10月重磅推出的广告宣传，集体选择低调。

对李明以及众多日系车经销商来说，不仅完成全年销售任务后的提车返利和销售奖励毫无希望，而且如何消化庞大库存带来的资金压力，成了头等大事。

据报道，本月22日—26日，丰田天津工厂(一汽丰田)将实施停产计划。其中，“皇冠”和“锐志”等车型生产线将停产一周(周末不生产)，“威驰”等小型车的生产线也将停产两天。

8月，日系车销量同比下降2%；9月，中国汽车流通协会公布的库存过高存在经营风险的7个汽车品牌中，有讴歌、雷克萨斯、郑州日产、长安铃木和一汽丰田等5个日系品牌。

“影响太大了。国庆期间，日系家电品牌的销售占比仅为20%，而在去年同期，这个数字应该在40%左右，下滑了一半。”省城某家电卖场的负责人告诉记者，从综合卖场的销售情况来看，各日系家电品牌的整体下滑幅度为30%-40%，个别品牌更惨，下滑幅度可能达到60%-70%。

1 卖两月空调一个单子没开

“我做的是日立空调，刚开始做两个月，就赶上了中日关系紧张，两个月了一个单子没开……”国庆黄金周刚过，网友“我说可口不可乐”就开始在网上发帖求助。

这只是日系家电品牌近期在日本遭遇的一个缩影。刚刚过去的国庆黄金周，对于日系家电品牌而言，其销售业绩完全可以用“一片惨淡”来形容。

来自奥维咨询的监测数据显示，黄金周期间，日系家电品牌的整体下滑幅度超过40%，其中日系品牌销量最大的夏普同比下滑幅度更是超过50%，索尼也有40%以上的下滑。

“影响太大了。国庆期间，日系家电品牌的销售占比仅为20%，而在去年同期，这个数字应该在40%左右，下滑了一半。”省城某家电卖场的负责人告诉记者，从综合卖场的销售情况来看，各日系家电品牌的整体下滑幅度为30%-40%，个别品牌更惨，下滑幅度可能达到60%-70%。

“大环境不好，我们即便投入更多资源促销也可能无功而返，倒不如不促销，这样或许反而更能保证利润，但市场份额下滑是必然的。”一位日系彩电的营销副总称。

空公司在青岛—大阪航线推出了一批“白菜价”机票揽客。

继推出上海—佐贺航线的1日元(约8分人民币)机票后，春秋航空16日再推上海—日本高松0元机票，每次航班特价票数量上限同样是50张。春秋航空方面称，日本航线促销票价由日本当地政府提供“补贴”，此举旨在提振因中日关系恶化导致的低上座率。

记者从我省相关航空公司、机场获悉，“钓鱼岛事件”后坐飞机来往于日本与我省之间的旅客锐减。

“拿双节期间的客流统计来说，9月30日至10月7日日本航线进出港旅客0.37万人次，比去年同期下降34%。”青岛机场一位客运部门负责人说。

“最近感觉越来越冷清，至少得下降四成，前两天到日本的两个

航班加起来才凑了50个人，此前一个航班就得200多人。”上述负责人表示。

记者发现，为了吸引旅客，济南飞日本的航线机票价格均大幅跳水。济南至大阪由之前的约2500元降至1500元，全日空航空在青岛至大阪航线推出了650元的特价机票，较正常票价优惠1200元左右。



高速公路上，一日系车主将标识遮挡起来。(资料片)

本报记者 左庆 摄

2 汽车销售顾问忙着接退单

“这个月的销量可能只有平时的一半了。”在中日摩擦发生后，省

赴日0元机票你怎么看？

网友称“倒贴也不去”

春秋航空推出上海到日本的“0元购机票”一经传出，就在网上引起了轩然大波，少数网友表示心动，但大部分网友表示“倒贴也不去”。

网友“四月的彼岸花”在微博上称：春秋航空推出上海到日本佐贺及高松“0元购机票”活动，元芳你怎么看？

网友“廉悍俊杰”表示，“0元也不去。”“大爷讲话儿”道出了不去的理由：“钓鱼岛问题没解决，倒贴也不去。”

还有网友对春秋航空的举动表示不解。“江湖徐行”质问说：“日本航线对春秋航空很重要？”“徐志平—番禺义工”表示，“听说去日本的航班0元机票，大家都以为是日本航空公司推出的救市举措，没想到是春秋公司推出的。”

“情缘如花自开落”表达了对春秋航空的不满，“春秋航空推0元机票揽人气，这是在考验中国人的骨气吗？”

“杜小新CAVOK”表态，“春秋的0元机票是在拉动日本经济发展么？国航东航们没有旅客会喊航班，春秋却在一个劲儿地拉客去日本旅游，这是什么意思？如果0元机票不叫停，我很难受。”

本报记者 刘红杰

我12省市缺席

日“东亚地方会议”

人民网10月17日讯 据共同社消息，日本奈良县政府17日透露，中国12个省市已表示将缺席11月5日至6日在奈良县举办的“东亚地方政府会议”。该会议由日中韩等7个国家的63个地方政府组成，其中包括中国的14个省市。

消息称，江苏省等12个省市表示将缺席，只有陕西省有意出席，河南省则称尚未决定。