

# 美日一唱一和,妄想把中亚当成自家后院



有声若霆

本报国际观察员 赵恩霆

10月下旬,日本首相安倍晋三结束中亚五国之行,过了没几天,11月初,美国国务卿克里又造访中亚五国。安倍是时隔九年之后再次到访这块土地的日本首相,更是史上首位一次遍访中亚五国的日本首相;克里此行则是他上任后的首次中亚之旅,而且也是第一位一次性遍访中亚五国的美国国务卿。

安倍与克里前后脚地创造了本国对中亚外交的历史。正因如此,加上日本与美国的特殊关系,很难不让人将两国这次对中亚的外交行动加以联系,放在一个框架内去理解。

表面看,安倍这次去中亚五国是为了经济利益和能源安全,实则不止于此。安倍上台以来,在对外关系上极力推行“俯瞰地球仪外交”,其本质仍是安倍2006年首次组阁执政后,由谷内正太郎(现任安倍内阁国安局长)主导发表的“自由与繁荣之弧”设想,中亚正是这条起于东南亚、止于中东欧的弧线上的一点。一个例证就是,安倍在与哈萨克斯坦总统纳扎尔巴耶夫会晤时,明确言及“(中国)依然

在采取令人忧虑的活动,我们想继续毅然冷静地对待”、“在乌克兰和叙利亚的对应上,(俄罗斯)正受到国际上的批判”。

与安倍相呼应,美国则将日本计划与中亚五国建立的“5+1”模式落到了实处——克里在乌兹别克斯坦撒马尔罕举行了与中亚五国外长的会晤,算是启动了中亚与美国“5+1”机制的按钮。

先到的安倍把美国想说的话说了,后来的克里则替日本把该办的事办了,无论二者是不是一唱一和,其战略考量大体是一致的,即对抗中国在中亚日益扩大的影响力,同时到俄罗斯的“后院”挖一挖墙脚。

不过,相比日本,克里此行的

目的要更复杂一些。不久前,奥巴马刚宣布推迟从阿富汗撤军的计划,如果在中亚没有立足点,或者没有与中亚国家的协调,美国就很难收拾在阿富汗留下的烂摊子。同时,鉴于目前俄罗斯在叙利亚问题上的咄咄逼人,美国需要到中亚这块曾经的俄罗斯“后院”找补一下,通过增强政治对话的“5+1”模式来牵制俄罗斯。

如果再放大一些的话,美国或者说美日此番双双光顾中亚,也是在为美国“亚太再平衡”战略服务。从政治层面看,美日加强与中亚的关系,不仅在挖俄罗斯的墙脚,同样是在中国的背后“捅刀子”。从经济层面看,美日插足中亚,一方面是在扰乱普京

长期谋求建立的欧亚联盟战略,另一方面则是在与中国倡导的“丝绸之路经济带”战略唱对台戏,毕竟美国也有一个“新丝绸之路计划”——通过各类基础设施建设,将阿富汗融入中亚,并以此为中心建立经济圈,将中亚与南亚相连接。

显然,中亚已经成为各大国之间的利益碰撞点。目前来看,俄罗斯继承了前苏联的衣钵,对中亚这块土地深耕多年;中国近年来通过经贸往来、彼此间的地区安全需求等,在中亚的影响力与日俱增。这些都非美日的一招一式就能打散的,所谓美日联手借中亚离间中俄的说法,也很难成为现实。

财富三明治

## “剁手病”全球蔓延,但没人治得了

□崔滨

再有几天,就是那个让女人心醉神迷、让男人心惊肉跳的“双十一”电商购物节了。更可怕的是,这个被民间称为“剁手节”的商业模式,已经从中国扩散向全球。

《国际商报》发现,今年的“双十一”,许多中国对外贸易公司也在厉兵秣马,积极备货,准备在阿里巴巴打造的面向全球市场的电商平台“全球速卖通”上参与“剁手节”。

自登陆纽交所后,阿里巴巴便一直致力于扩大其在海外市场的电商业务渗透。今年的“双十一”,阿里巴巴不仅为其冠名“全球狂欢节”,马云更是邀请来全球39个国家的驻华使节站台,为中国与海外商品的双向贸易互通大造声势。

不止阿里巴巴这个将“光棍节”变“电商节”的创始者,大洋彼岸的美国媒体注意到,北美省钱快报、亚洲产品购物网等海淘网站,居然也自发地组织起美国“双十一”电商节,意图从美国华人圈开始,将这个在中国呼风唤雨的“剁手”效应



向全体美国人扩散。

其实,11月的美国人民也在忙着演绎“剁手”狂欢,人家不仅有传统的感恩节“黑色星期五”,“网络星期一”(感恩节周末后的第一个星期一)电商促销也已经是一个炒作了10年的网购节。美国商务部本周预计,由于“网络星期一”已成为美国电子交易商必争的销售良机,优惠力度和范围不断扩大,今年这一商业事件营销,有望

将在线销售额推向30亿美元的高峰,创造美国有史以来最大单日在线销售额。

美国著名消费者行为学家约瑟夫·塞尔吉从“消费者幸福”的角度描绘了这样一种消费状态:在进入“购物”模式后,消费者对产品和服务的体验便会产生一种期待,只有商品信息的获取、商品和服务的购买、维持和后续处置等各种体验顺畅地联接成一个链条,消费者

的幸福感才能达到峰值。

从这个角度看,线上购物环节中精美的商品视觉展示和文字说明,使用者的使用评价、在线客服的殷勤讲解以及触手可及的在线支付,其购买体验很多时候确实要好于奔波询问、手提肩扛的线下购物。不然,为什么连一贯高调展示财富的“国民老公”王思聪,都要屈尊和“屌丝”一起在电商网站上买电脑桌。

无论是电商网站不断进化的“猜你喜欢”大数据营销技术,还是“双十一”这样令人眩晕的出血促销,无不是为了加强“剁手症”的传播力度。比如美国电商巨头亚马逊,更是在近期推出了一键购物、声控下单等逆天网购方式,用户甚至不需要打开网页浏览,输入支付密码就能完成购买。

既实惠,又方便,还能让你心里爽,全球电子商务提供商正在努力创造的购物体验,就是这样让人欲罢不能。如果网购的未来就是这种无需交互的交互、比你还智能的聪明,那么就算全世界的人以后都要在“双十一”之后为账单“剁手”,又有何妨?

涨知识

## 看看别人家如何鼓励生育

中国近日宣布全面实施一对夫妇可生育两个孩子的政策。美国《时代》周刊近日刊文称,中国不是唯一面临人口结构迅速变化这一问题的国家。几十年来,发达国家推出各种各样的政策,鼓励父母生育更多的孩子。

新加坡:免费邮轮旅行

如果一次免费的邮轮旅行和印尼某度假胜地的一晚住宿都不能让你有生儿育女的心情,那什么才可以呢?新加坡政府就提供这样的便宜事儿——“爱之船”——但有一个重要的附加条件,就是希望夫妇能生下一个孩子。参加生殖教育和接受性辅导是夫妇俩在度假期间必须参加的活动。

这个岛国不是一直都这么渴望让人们生孩子。事实上,人口控制政策对于新来的人来说看起来有点像一会儿红灯一会儿绿灯的游戏。政府的口号曾呼吁父母“两个正好”,以减缓人口增长,避孕药具的获得和参加计划生育方案的人都有所

增加。

这场运动太成功了。20世纪80年代出生率的下降导致政策目标迅速反转,新方案的口号是“只要养得起,生三个或更多的孩子”,除了“爱之船”,新加坡为生育第一胎和第二胎各奖励8000美元现金,之后再生一胎奖励10000美元。根据政府报告,人口增长率从20世纪70年代的1.5%增加到90年代的2.8%。

俄罗斯:生孩子奖汽车

如果你是俄罗斯人,而且有幸生活在乌里扬诺夫斯克市,那么生孩子可能会为你赢得一辆汽车。英国《卫报》报道,该市议会发起一项“生一个爱国者”运动,如果在俄罗斯日(6月12日)当天生孩子,父母就将获得奖

励。俄罗斯其他地方的人如果生了孩子则会拿到真金白银。据人口研究所的报告,政府为新生儿的父母提供1.3万美元。

金钱显然买不来俄罗斯公民足够的爱心。近年来,俄罗斯人口以每年70万的速度在萎缩。除了生育率低之外,该国还因为酒精中毒等原因引发的高死亡率而失去劳动力。

日本:政府安排相亲

这算不算一个刺激计划呢?日本在今年3月出台了一系列措施来解决其人口老龄化问题,包括政府支持的速配相亲和支持父亲休产假。然而,该国的生育率却一直在急剧下降,女子平均所生育的子女数量从1947年的4.54降至2013年的1.43。

德国:高额家庭补贴

在德国,实际上是国家花钱请人当父母。德国每年耗费数百亿美元的“家庭补贴”来刺激人口增长,即为生孩子辞去工作的父母提供补贴。该补贴计划涵盖了孩子出生前的收入,最高超过每年2.5万美元。该计划开始于2007年,是因为德国年轻人在总人口中所占比重低于欧盟其他国家。根据欧盟统计局的报告,只有13%的德国人年龄在14岁或以下。

尽管有这个计划,德国的出生率近几年却一直保持相对稳定。来自中东国家的年轻移民倒是可以帮助人口增长,预计到今年底约有80万难民到德国寻求避难。

据参考消息

“我个人的理论是,约瑟夫建造金字塔是用来储存粮食的。现在所有考古学家都认为,金字塔是法老的坟墓,但如果仔细想一想你就会知道,用来储存粮食的东西都是非常大的。”

“最近民调支持率位居共和党首位的美国总统参选人卡森4日被媒体挖出来一段1998年演讲时的‘怪论’。”

“无论男学生还是女学生,他们可以自由选择是穿裤子还是裙子来上学,并且不必冒着被学校惩罚的风险。”

“波多黎各教育部秘书长罗曼4日宣布了该国公立学校着装要求修改条例,新规允许学生可以不依据性别,自由选择是穿裤子还是裙子来上学。”

(赵恩霆 整理)