

**高级军事顾问**  
(排名按姓氏笔画为序)  
向守志上将 刘精松上将  
吴铨叙上将 隋永举上将

新民晚报社  
上海市国防教育基金会  
联合主办

本报军事专刊部主编 | 第 346 期 | 2015 年 6 月 19 日 星期五 责编: 钱 卫 视觉: 竹建英 编辑邮箱: qianw@xmwb.com.cn

# 军界瞭望

B2  
“大嘴司令”故意制造“南海风波”  
B3  
“布鲁西洛夫攻势”重创奥匈帝国

## 辽宁舰出海进行例行训练和试验

6月12日,中国海军航母辽宁舰从青岛某军港解缆启航,出海开展例行训练和试验。据悉,此次海军业务机关将随舰开展训练监察,对近3年来的试验和训练效果进行检验评估,并验证航母及舰载机的作战指标。自2012年9月交接入列以来,辽宁舰坚持按照“大

胆、科学、安全”的训练要求,精心组织指挥、有序推进各项科研试验和训练,出色完成了上百项科研试验和歼-15舰载战斗机、各型舰载直升机着舰起飞等训练课目,自主培养的多名舰载战斗机飞行员通过资格认证,作战、动力等各系统技术指标得到进一步验证。

■ 辽宁舰在拖船牵引下驶离青岛某军港  
新华社 张凯 摄



## 日本对外军售陷入“乏善可陈”窘境

### 陆战武器“缺乏特色”

就目前日本国产武器种类而言,国产化程度最高的当属陆战武器,其中可供出口的品种不少,但它们与国际市场上的同类武器相比,在技术和价格方面并无明显优势。

在国际军贸市场中有一个普遍规律:低技术门槛的轻武器交易量最大,且生产流通周期短,资金回笼快。日本《GUN》杂志分析,投产多年且列装自卫队的89式突击步枪和96式榴弹发射器极有可能成为引领“日本制造”打入国际军贸市场的两个“法宝”。据介绍,89式步枪由丰和工业株式会社研制,但它的技术蓝本是美国阿马莱特公司授权日本生产的AR-18步枪(原型是M16步枪),以至于有人形容该枪是“套上日本外衣的美国枪”。事实上,89式步枪不但继承了M16步枪射击精度高、点射容易控制等优点,也继承了导气孔易积炭、故障率高等缺点,远不如俄制步枪皮实耐用。

至于96式榴弹发射器具有机构相对简单,击发系统比较结实等优点,每分钟能发射的弹药数量超过250发。不过,目前国际军贸市场对榴弹发射器的需求量并不大,竞争却非常激烈,与美国MK19、俄罗斯AGS-17、新加坡AGL等型榴弹发射器相比,“96式”在射击精度、整体重量等方面都不占优,除非采取低价路线,否则很难吸引到客户。除了轻武器,日本可供出口的

众所周知,日本国产军事装备一向有研发周期长、产品价格贵的毛病,日本安倍政府将其归咎于武器只能少量生产,自产自用,不能通过出口获取利润,无法摊薄研发和生产成本。去年4月,安倍政府将原本严禁武器出口的“武器出口三原则”改为“防卫装备转移三原则”,为日本军工企业对外军售大开方便之门。那么,如今日本到底有哪些自产军事装备能打进国际军贸市场呢?



■ 日本海上自卫队列装的第五艘苍龙级潜艇“瑞龙”号

陆战武器还包括近几年亮相的10式坦克和13式轮式战车。不过,这些日式风格的重武器都存在设计冗余度小,改装余地不大等问题,特别是各型车辆的零件几乎完全不通用,客户每购买一个车型,就得设立一套后勤保障,着实是个负担。

### 想靠潜艇获得“头彩”

航空装备方面,日本国产固定

翼军机多半是美国的“授权生产型”,没有太多拿得出手的产品。以日本向英国推销的P-1反潜巡逻机为例,由于该机夹杂不少美国技术,英国明显兴趣不大(与其买日本货不如买美国货)。日本还想把尚在试飞阶段的C-2运输机推荐给东南亚、中东等地区国家,但反馈普遍不佳,因为这些国家已习惯使用美制C-17、C-130或俄制伊尔-76运

输机,不愿接受陌生的日本机型。

与航空装备出口面临的窘境不同,日本制造的海战武器似乎更有竞争力一些。据日本《世界舰船》杂志报道,日本潜艇以突出的静音能力、水下攻击能力受到一些国家的欢迎,澳大利亚已与日本就引进苍龙级潜艇进行谈判,印度也在考虑将苍龙级潜艇纳入其“751工程”(采购6艘潜艇)的备选方案。日本杂志声称,日本拥有高效的军用造船部门,日本企业建造苍龙级潜艇一般只需3年,单艇造价约6亿美元,而潜艇若放在澳大利亚或印度建造,所需花费至少要增加4倍。

不过,诸如潜艇之类的大型武器交易往往涉及复杂的政治因素,并非简单的军品贸易。日本如果想出口进攻性较强的苍龙级潜艇,必然要受到美国政策的影响,从而缩小了买家的选择范围。另一方面,苍龙级潜艇虽然先进,但对手也同样不少,德国蒂森·克虏伯公司和俄罗斯红宝石设计局等著名企业同样也拿出了拳头产品参加竞争,并且开出了相当优厚的合作条件,日本军工业要想获得“头彩”仍然困难。

### 日本军贸仍缺“软件”

受金融危机影响,近年来,许多国家压缩外购军火的预算。于是,各大军火出口国对这些萎缩的订单盯得更紧了,对自己的老主顾也“看”得更严了。日本想从老牌军火出口国手里抢夺订单,难度不言而喻。

美国《航空与航天技术周刊》专栏作者佩雷特指出,过去日本始终是技术接受方,日本企业也习惯按照别人的思路和规章制度,去为本国自卫队生产武器。如今,日本推动军火外销,将不可避免地面临技术转让问题(越来越多的国家将技术转让列为武器采购的必要条件)。然而,日本要以技术输出为筹码,向其他国家推销武器,是否在理论意识、规章制度等“软实力”方面做好准备,外界仍然持观望态度。

澳大利亚战略研究所分析师戴维斯认为,日本缺乏军工技术转让的经验,与他国军队或军工企业间存在沟通障碍,举个典型的例子:有丰富军售经验的美国和欧洲军火商都拥有庞大的推销团队,知道如何向不同国家军队推销产品,而日本军工企业只知道如何向唯一的国内客户推销,这中间的“软件”短板需要相当长时间的摸索才能弥补。

即便在日本国内,安倍政府推动武器出口的举措,也未获得社会广泛支持。共同社曾在2014年对日本国民进行民意调查,“防卫装备转移三原则”的支持者仅占25.7%,反对者则高达66.8%。许多日本媒体批评安倍政府的“防卫装备转移三原则”政策,将为日本武器参与国际冲突开辟道路,导致日本“和平国家”理念遭到颠覆。

罗山爱

热点聚焦