

日本解禁杀伤性武器出口的危险图谋

日本在“新型军国主义”的危险道路上又迈出一步。日本政府21日通过内阁决议,完成对“防卫装备转移三原则”及其运用指南的修改,原则上将允许杀伤性武器对外出口。

舆论认为,高市政府解禁杀伤性武器出口背后有多重险恶图谋,是日本安全保障政策又一重大变化。日本正在加速“再军事化”步伐,重新开启战争机器,这将严重危及地区和平稳定。



4月16日,在位于日本东京的首相官邸前,抗议者手持标语参加集会,抗议高市政府企图解禁杀伤性武器出口
新华社发

“切香肠式松绑”

高市政府正式解禁杀伤性武器出口,是日本在武器出口问题上“自我松绑”的最新动作。

1967年,日本政府提出“武器出口三原则”,即禁止向社会主义阵营国家、联合国决议规定实施武器禁运的国家,以及国际冲突的当事国或有冲突危险的国家出口武器。1976年,三木武夫内阁以“避免助长国际冲突等”为由,对上述原则作出增补,实际上全面禁止了日本武器出口。

但相关原则很快开始松动。1983年,中曾根康弘内阁允许向美国转让军事技术。2011年,野田佳彦内阁决定,允许通过国际联合开发和生产的方式出口武器。

2014年,安倍晋三内阁通过“防卫装备转移三原则”及其运用指南,以取代“武器出口三原则”。新“三原则”允许日本在所谓“有助于促进和平贡献和国际合作”“有助于日本安全保障”的情况下,出口武器装备和技术,但仅限于非战斗用途的救援、运输、警戒、监视、扫雷等5种类型,并禁止向冲突当事国出口武器装备。

表面上看,“防卫装备转移三原则”及其运用指南仍对日本出口武器设有一定门槛,但实际上拓宽了武器装备出口空间,标志着日本对武器出口从“原则上禁止”转向“原则上允许”。日本军事记者、前航空自卫官小西诚指出,安倍政府只是想用“看上去和平”的说辞,掩盖放松出口的实质。

日本政府此后又多次修改“防卫装备转移三原则”运用指南,包括允许向部分冲突当事国出口非杀伤性装备、将日英意联合研发中的第六代战机出口到其他国家等。

但日本右翼势力的野心仍不满足,于是有了高市政府的此次修改。日本前外务省官员孙崎亨指出,过去日本还要标榜自己是“和平国家”,但随着其政治右倾化加速,日本与“和平国家立场”越来越背道而驰。

“再军事化野心”

这次高市政府通过的新规,与此前相比大幅放宽武器出口限制,包括:取消将武器出口限定在5类非战斗用途范围内的限制;原则上允许包括杀伤性武器在内的成品武

器出口;在特定情况下允许向处于冲突中的国家出口武器。

日本东洋学园大学客座教授朱建荣指出,高市政府此举意在摆脱日本作为二战战败国受到的军事领域限制,让日本成为所谓“正常国家”。

日本右翼势力一直希望摆脱“战后体制”。高市去年10月上台后推出一系列政策推动扩军备武,解禁杀伤性武器出口就是其中一环。

日本学者认为,高市政府此举目的之一是“振兴”日本军工业。日本同志社大学教授吉田彻等专家指出,解禁武器出口将促进日本军工业扩大规模、摊薄成本、提高竞争力。

提升军工业的根本目的在于强化军事力量。日本经济产业省前官员古贺茂明说,日本政府以所谓“安保环境严峻”为由解禁杀伤性武器出口,其逻辑是,日本需要加强自身“威慑力”,而要在军事上“强大”就必须有“强大”的军工业。

此外,高市政府还意图通过扩大武器出口,强化与其他国家的军事合作。一名未具名的日本前防卫大臣接受媒体采访时道出玄机:高市政府希望通过武器出口以及装备维护升级等,与所谓“志同道合”的国家建立“密不可分的关系”。“对无法与美国以外国家结盟的日本来说,这至关重要。”

“十分危险的道路”

《波茨坦公告》明确规定:“日本

将被许维持其经济所必需及可以偿付赔款所需要之工业,但可以使重新武装作战之工业不在其内。”

专家指出,这是战后国际秩序对日本军工产业作出的严格限制,而高市政府通过放松武器出口刺激军工业发展,本身即构成对战后国际秩序的破坏。

日本舆论批评,解禁杀伤性武器出口等同于参与和加剧国际冲突,违反“专守防卫”原则,还让日本成为贩卖武器的“死亡商人”,变成从海外战争中获利的国家。

近年来,日本政府不断炒作“周边安全威胁”,以此为借口持续加强军备。高市上台以来加速扩军备武,大幅增加防卫费,着手修改“安保三文件”,部署具有“对敌基地攻击能力”的远程导弹,企图修改“无核三原则”。

日本还在地区积极打造“排他性小圈子”、搞阵营对抗,而武器出口在这一过程中正是其重要抓手。日本近年来积极向菲律宾提供武器装备,并计划出口驱逐舰、地对空导弹等进攻性武器。日本18日与澳大利亚签署备忘录,将基于日本升级版“最上”级护卫舰共同开发澳海军新型舰艇,实际上就是出口军舰。

日本舆论认为,日本不断放松武器出口将刺激地区军备竞赛,破坏地区和平稳定,把日本变成“战争国家”。日本东亚共同体研究所高级研究员须川清司说,日本政府正在把国家带上一条十分危险的道路。

据新华社

拒绝内卷 创造价值!

蒙牛用这三款产品给行业上了一课



先问一个扎心的问题:
你有多久没敢痛快喝奶了?
不是不想喝,是一喝就胀气、拉肚子、肚子里翻江倒海。
别不好意思,你不是一个人。中国有6.6亿乳糖不耐受人群。
也就是说,每两个人里,就有一个“想喝不敢喝”。
面对这么大的市场,行业在干什么?
在打价格战。你降5毛,我降1块;你买一送一,我买一送二。
卷来卷去,谁赢了? 谁都没赢。
消费者照样喝不了奶,企业照样赚不到钱。
这叫内卷。低维度竞争,互相消耗。
那什么叫创造价值?
最近,蒙牛用三款产品,给行业上了一课。

冰淇淋,也能做“基础营养”?

先说最近上市的那个——软牛奶味冰淇淋。

很多人的第一反应:冰淇淋不就是零食吗?跟营养有什么关系?

错!
蒙牛这款冰淇淋,生牛乳添加量超过80%。什么概念?你吃的不是冰碴子加糖水,你吃的是浓缩的牛奶。

更厉害的是零乳糖技术。简单说,就是把牛奶里让人拉肚子的乳糖,提前分解成好吸收的小分子糖。

口感还是那个奶香浓郁的冰淇淋,但乳糖不耐受的人终于不用吃完就往厕所跑了。

这里简单普及一下“乳糖不耐受”。

如果你喝奶会胀气、闹肚,“极有可能”是因为你无法消化牛奶中的乳糖。

这不是牛奶有问题,而是一种非常普遍的生理现象。

受饮食文化、身体状态的影响,很多人偶尔或者长期不具备消化乳糖的能力。

而这款冰淇淋,让“乳糖不耐受”,终于不用看着美味冰淇淋流口水了。

有网友说:“活了30年,第一次敢一口气吃完整根冰淇淋。”

这句话,比任何广告都值钱。
因为蒙牛没有在存量市场内卷,而是在“让更多人放心吃”上死磕,把不可能变成可能,把零食做成营养,这才是真正的创新!

软牛奶:让更多人能喝上奶

实际上,蒙牛的软牛奶味冰淇淋,只是冰山一角。

在冰淇淋之前,蒙牛已经推出了多款“零乳糖”的产品,“软牛奶”就是其中一个。

怎么软?
这款软牛奶,专为乳糖不耐受等不能喝奶人群研制,蒙牛依托独特乳糖EHT酶解技术,以温和生物酶解

工艺,将牛乳中“不易被乳糖不耐受群体”吸收的乳糖糖化分解,分解为更易吸收的小分子糖类,让牛奶软和入胃。

有多“软”?
营养分子直接变小47%,即使是空腹也能放心喝。



在保留牛乳原生营养、优质蛋白与醇厚奶香的基础上,实现营养结构更细化、吸收温和、身体更轻松低负担。

肠胃敏感的人、老年人、甚至刚做完手术的病人,都能轻松吸收。

这款产品,直接被国家体育总局训练局选中,成为国家队运动员备战保障产品。

简酸奶:简单配方,营养易吸收

再说简酸奶。
市面上很多酸奶,加糖、加代糖、加增稠剂。

喝起来是甜了,但营养打了折扣。

蒙牛0乳糖简酸奶,走了一条极致路线:配料表干净到只有生牛乳和发酵菌——0乳糖、0蔗糖、0代糖。

喝起来就是纯纯的奶香,浓稠、醇厚、不齁甜。

关键是:喝完肠胃不闹腾。

有同事跟我讲,他妈妈喝了一辈子奶都胀气,试了这款简酸奶,第一次说:“原来喝酸奶可以这么舒服。”

而且,今年米兰冬奥会上,这款酸奶还出现在了运动员餐厅里,成为全球奥运选手的营养补给。

运动员为什么选它?
因为真正的营养,不需要花里胡哨,只需要简单易吸收。

拒绝内卷,蒙牛的“蛋糕哲学”

蒙牛正用一款款产品,把那些被普通牛奶“劝退”的人,重新请回了餐桌。

这不是抢蛋糕,而是把原来不能吃蛋糕的人,变成能吃蛋糕的人。

这就是蒙牛要的答案:
不做花哨的营销,不做无聊的比价,只做一件事——让更多人更舒服地吸收营养。

有人说,蒙牛是不是太理想主义了?大家都在拼价格,你搞技术、搞零乳糖,能赚钱吗?

数据说话。
2025年,蒙牛营收822.4亿元,经营利润65.6亿元。

毛利率、自由现金流,全部创历

史新高。

鲜奶、奶酪、奶粉、冰淇淋,全线双位数增长。

为什么?
因为蒙牛总裁高飞说得对:
“跳出低价内卷,用高品质的营养价值,创造健康价值。”

翻译过来就是:
别在存量市场里抢得头破血流,去用创新把蛋糕做大。

6.6亿乳糖不耐受人群,就是那个被全行业忽视了几十年的“大蛋糕”。

蒙牛没有抱怨市场难做,而是低下头,深耕营养这个主赛道,把这个痛点一个一个解决掉。

于是,蛋糕真的变大了。

写在最后

回到开头那个问题:你有多久没敢痛快喝奶了?

蒙牛的回答是:从今天起,你可以了。

想喝牛奶?有软牛奶。
想喝酸奶?有0乳糖简酸奶。
想吃冰淇淋?有软牛奶味冰淇淋。

蒙牛的零乳糖产品矩阵,正在把“营养”这两个字,还给每一个曾经被乳制品拒之门外的。

**拒绝内卷,不是喊口号
创造价值,不是写PPT**

是用一款又一款产品,让6.6亿人重新端起杯子、拿起勺子、咬下冰淇淋。

这才是蒙牛的“做大基础营养”。
这才是中国乳业该走的路。