一线观察 YIXIANGUANCHA

□ 本报驻莫斯科记者 廖伟径

俄乌天然气争端“斗而不破”

近年来，每到入冬天然气用气量激增的时候，作为世界主要天然气出口国的俄罗斯与作为对欧天然气出口主要过境国的乌克兰之间就会产生龃龉。不久前，俄乌两国因天然气债务问题再次使矛盾表面化，“斗气”争端依例再度上演。

此次争端始于10月底。俄罗斯总理梅德韦杰夫表示，如果乌克兰方面不偿清8月份总额为8.82亿美元的供气欠款，将对乌采用供气预付款机制。随后，乌方部分偿还了俄供气债务，但宣布从11月9日起全面停止购买俄天然气。乌克兰石油天然气公司更是对外表示，该公司在今年底之前将不再从俄购买天然气。

为何此次乌克兰敢于主动“断气”？乌克兰能源和煤炭工业部部长斯塔维茨基表示，经过专家计算，乌克兰到年底前都有底气不购买俄罗斯的天然气，一方面由于今年冬季气温偏暖，乌克兰用气量将比计划减少45%；另一方面，乌天然气地下储气库有充足的储量可以保证供应，目前储量约为180亿立方米。早在9月初，乌克兰就从德国能源巨头莱茵集团进口天然气注入地下储气库。同时，在“断气”近一周时间内，通过波兰反向购气量增加了两倍。俄专家认为，乌方此举是在扎实准备应对冬季取暖期俄天然气供应可能中断的局面。

然而，在11月15日，俄乌天然气争端出现了“峰回路转”。乌石油天然气公司总裁巴库林与俄天然气工业公司总裁米勒会晤后达成共识，乌石油天然气公司停止抽取其境内地下储藏库的天然气，恢复从俄购买天然气。在会谈中双方均作出了一些让步：一是乌石油天然气公司承认在10月从俄购买了14亿立方米天然气，乌方所欠俄气债务为13亿美元。此前，双方曾在乌石油天然气公司10月份购气应付款问题上存在分歧，因此一直没有签署10月份对乌供应的32亿立方米天然气的交接清单。乌石油天然气公司坚称是乌一家名为Ostchem的公司接收了几乎所有32亿立方米天然气，应由该公司支付；二是为使乌方有能力继续购买天然气，俄方将向乌方提前支付2015年1月前的天然气过境运输费。俄气公司对外经济活动部负责人奥杰罗夫表示，俄方还可能适当放宽乌方偿债期限。

市场人士认为，俄乌两国在此次“斗气”中较快缩小了分歧并不令人意外。首先，俄乌天然气争端波及的范围并不仅限于两国之间，欧盟作为俄最为重要的天然气出口市场从来都不是俄乌“斗气”的局外人。俄气公司副董事长马尔克洛夫明确表示，此次争端发生后“我们接到了‘狂轰乱炸’的电话，欧洲消费者对这种情况十分担心”。乌克兰从地下储气库抽气有可能导致过境对欧供气无法保证，俄气不愿“因小失大”故希望尽快解决争端。

其次，天然气问题一直是俄吸引乌克兰加入关税同盟的“王牌”。而按照欧盟和乌克兰拟定的时间表，双方应该努力于今年11月底在欧盟东部伙伴关系峰会上签署《联系国和自由贸易协定》，这无疑将对俄倡议的欧亚经济一体化进程形成严重挑战。值得注意的是，乌克兰议会11月13日宣布未能就准许乌前总理季莫申科出国治疗的相关法案达成一致，因而未满足欧盟提出的乌克兰入欧的前提条件，乌克兰加入欧盟的前景再度扑朔迷离。显然，此时俄无意因天然气问题与乌克兰闹僵，将乌克兰彻底推向欧盟。

第三，在天然气问题上俄乌尚无法摆脱对对方的依赖。今年1月，乌克兰与壳牌公司签订了一份价值100亿美元的页岩气协议，11月再与美国能源巨头雪佛龙签下一份价值100亿美元的页岩气开发协议，以期在2020年实现天然气自给自足。俄国家能源安全基金会总经理西蒙诺夫指出，乌页岩气开采和液化天然气建设项目的前景还有待观察，乌克兰暂时还无法实现能源独立。俄罗斯则在近两年加快新建“北溪”和“南溪”天然气管道，以绕开乌克兰等天然气过境国，提升对欧洲国家的供气能力。不过，乌克兰也是俄重要的天然气出口对象，其年需求量占俄天然气出口总量的六分之一左右，俄无论如何也不会放弃乌克兰市场。

迪拜航展空客受青睐

本报讯 记者梁图强报道：在2013迪拜航展上，阿联酋航空公司与空中客车公司签订合同，确认增购50架空客A380飞机。至此，阿联酋航空订购的空客A380飞机总数达到140架。与此同时，阿拉伯联合酋长国国家航空公司阿提哈德航空公司与空中客车公司签订合同，确认订购87架空客飞机，其中包括50架A350XWB宽体飞机、36架A320neo飞机和1架A330-200F货机。

据悉，空中客车公司在本届航展上还将展示公司现代化的飞机产品系列及技术创新。其中包括空客A380飞机飞行表演、全尺寸A350XWB宽体飞机模拟驾驶舱、通过iPad应用展示产品、播放关于智能行李箱和客舱舒适性以及空客飞机技术创新等内容的视频等。

11月17日，参观者驾驶一辆1972年生产的奥斯汀迷你汽车。

当日，内罗毕举办一年一度的老爷车大赛，吸引了众多古董汽车爱好者。

新华社发

世经述评 SHIJINGSHUPING

□ 闫海防

日本经济增长后劲不足

持续了近一年的日本经济复苏开始放缓。日本官方公布的数据显示，日本经济今年三季度同比增长1.9%，环比增长0.5%。虽然增长时间已经保持了4个季度，但速度明显放慢。与一季度的4.3%、二季度的3.8%相比，三季度的增速下降了一半以上，明显表现出后劲不足的态势。

去年以来，支撑日本经济增长的主要因素是公共投资，增长率高达6.5%。日本政府前不久制定了10万亿日元的紧急经济对策，随着资金逐步到位，与公共投资相关的工程项目比去年同期增加26.2%，主要涉及道路、隧道、桥梁以及地震灾区的恢复等。据统计，在第三季度1.9%的增长中，1.4个百分点是公共投资，其贡献率超过70%。此外，民间房地产投资也成为热点，增长率为2.7%，而上个季度仅为0.4%。统计表明，近来市场热钱大量进入房地产市场，日本房地产商也期望在明年消费税提高前大量出售房产。因此，东京等三大经济商圈的房地产价格明显上升，有力地促进了经济增长。

然而，此前一直是经济增长动力的出口和个人消费却表现不佳。令人颇感意外的是，在日元贬值且汇率趋于平稳的情况下，三季度日本的出口不仅没有增长，反而下降0.6%，出现了9个月以来首次负增长。日本媒体将责任归结于美国和新兴市场减少了进口，认为国际市场萧条影响了日本汽车、电子、机械等产品的出口。但部分经济专家则认为，日本大部分出口企业以海外生产为主，海外销售靠海外生产，而国内生产增加的部分主要用于国内消费，所以今后完全依靠日元贬值推动出口的政策效应已经十分有限。

个人消费快速退潮也令人始料不及。此前，日本政府和媒体均认为个人消费是此轮经济增长的有力支撑，其持久力可以期待。然而，事与愿违，个人消费逐季递减，一季度为0.8%，二季度降至0.6%，此次增长率仅为0.1%。占日本国内生产总值约60%的个人消费如此快速消退，拖了整个经济增长的后腿。有分析认为，导致个人消费大幅下降的直接原因是资产效应消退，即股市暴涨、股票升值造成投资者金融资产增加，并且用于消费购物的链条断裂。今年二季度后期开始，日本股市再未出现暴涨，相反，股市可能暴跌的消息却时隐时现。因此，股票增值后的资金流向消费市场的情况逐步消失。

三季度经济增长放缓令许多人开始怀疑日本政府的经济政策，这个政策的核心是宽松的金融政策、积极的财政政策和提高产业竞争力的结构改革政策。目前，金融政策对股市和汇率的积极影响在不断减弱，结构改革政策被日本经济界认为缺乏力度，剩下的只有财政政策。但是，几乎所有人都认为，积极的财政政策难以持久，因为日本财政已经亏损严重，债台高筑，完全靠发行国债维持，日本政府不可能不停地向市场“砸钱”。近来，日本舆论普遍寄希望于企业提高职工工资，认为工资提高后会用于消费，消费增加就会刺激生产，进而促进整个经济增长。但至今为止，表明会考虑提高职工工资的企业为数不多，大部分企业更希望将资金用于投资和科研。

尽管日本经济增长明显放缓，但重新跌入负增长的可能性也不大。由于日本政府已经决定明年4月提高消费税，所以预计今年四季度和明年一季度可能出现“抢先消费”的高潮，进而刺激经济一时过热。多数经济专家估计，提高消费税后，日本经济将在明年二季度出现大幅滑坡，降幅可达4%至6%，之后经济能否走出萧条的泥潭，则是对日本经济的严峻考验。

数据速览 SHUJUSULAN

0.9%

欧盟10月份通胀年率回落

本报布鲁塞尔电 记者严恒元报道：欧盟统计局公布的统计数据显示，欧元区和欧盟今年10月的通货膨胀年率分别为0.7%和0.9%，远远低于上个月的1.1%和1.3%。

数据显示，今年10月，欧盟通胀年率最低的3个成员国分别是希腊（-1.9%）、保加利亚（-1.1%）和塞浦路斯（-0.5%），最高的3个成员国分别是英国（2.2%）、爱沙尼亚（2.2%）和芬兰（1.7%）。与上个月相比，今年10月欧盟有23个成员国的通胀年率下降，4个成员国的通胀年率上升，其余成员国的通胀年率维持不变。

1.4%

韩国生产者价格指数连续下滑

本报首尔电 记者杨明报道：韩国央行日前发布的“10月生产者价格指数”显示，韩国10月份生产者价格指数同比下降1.4%。自去年10月以来已连续13个月保持下滑走势，上次出现类似情况要追溯到2001年7月至2002年8月（14个月）。

具体来看，韩国10月份生产者价格降幅最大的是农、林、水产品，而且工业产品价格也呈降势，轻油、汽油等石油制品和金条、金丝等初级金属产品的降幅较大。分析认为，鉴于生产者价格指数是消费者价格的先行指标，低物价趋势近期内仍会持续。

1.4%

奥地利通胀率持续下降

本报维也纳电 记者谢飞报道：根据奥地利联邦统计局的数据，今年10月份奥地利通货膨胀率为1.4%，为2010年2月以来的最低值。9月份该数据则为1.7%。

数据显示，物价上涨减缓的主要原因是燃料价格的下降。数据同时显示，10月份食品价格上涨成为总体价格上涨的主要原因。今年10月，奥地利食品价格同比增长4%。

5000亿美元

全球企业投巨资推广品牌

本报日内瓦电 记者陈建报道：世界知识产权组织近日发布《2013年世界知识产权报告——品牌：全球市场上的声誉和形象》指出，全球各地的公司每年在品牌推广上的支出接近5000亿美元，超过其在研发和设计上的投入。

该报告重点论述了公司如何利用品牌使其产品在竞争中脱颖而出，以及不断加强品牌使用对消费者、市场竞争和创新的意义等。世界知识产权组织总干事弗朗西斯·高锐表示，一个品牌体现一家企业的声誉和形象，是一家企业最宝贵的资产之一。随着市场变得更分散化和虚拟化，商标为声誉和形象提供的保护也变得日益重要。

本版编辑 徐惠喜 李红光 周 剑