

国防部新闻发言人就日本政府2026年版《防卫白皮书》答记者问

日本“新型军国主义”成势为患

新华社北京8月4日电(记者王春涛)国防部新闻发言人陈曦4日就日本政府2026年版《防卫白皮书》答记者问。

有记者问,据报道,日本正式公布2026年版《防卫白皮书》,诬称中国军事动向是“前所未有的最大战略挑战”,并称中方在台湾周边军事活动趋于频繁,日本周

边安全战略环境正处于战后最为严峻复杂的时期。请问对此有何评论?

陈曦表示,日新版《防卫白皮书》充斥虚假叙事,大肆渲染“周边安全危机”,炒作所谓“中国威胁”,完全是贼喊捉贼,为自身军事松绑找借口。我们对此强烈不满、坚决反对。

日本新版《防卫白皮书》实为高市扩军路线图

“一步步把日本推向战争”

● 新华社记者 李子越 陈泽安 梁晨

日本防卫省4日公布2026年版《防卫白皮书》。新版白皮书进一步炒作所谓“安全威胁”,增加“新型作战方式”“强化防卫生产与技术基础”等内容,政策重点较往年有所调整。

分析人士认为,新版白皮书暴露出高市早苗政府通过作战体系转型、军工产业扩张等动作作为日本持续扩军备武铺路的企图,释放出日本进一步突破战后体制、加速向“军事国家”转变的危险信号。

尽显“高市烙印”

新版白皮书在第一部分首次单列“围绕新型作战方式的动向”章节。相关内容涉及俄乌战场的案例经验,鼓吹“加强无人装备和人工智能技术运用”“保持持续作战能力”等,声称将“军事能力建设”进一步延伸至太空、网络、电磁等新领域。

在新版白皮书中,“强化防卫生产与技术基础”单列为第四部分,篇幅较去年白皮书大幅增加,以发展军工产业能“带动经济发展”“促进技术创新反哺民生”等为说辞,为日本扩大武器装备联合研发、推动杀伤性武器出口、模糊军民两用技术界限等危险动向披上合理化外衣。

新版白皮书继续炒作所谓“外部威胁”、挑动阵营对立,并声称将与所谓“志同道合国家”加强合作。辽宁大学日本研究中心客座研

究员陈洋认为,作为高市内阁发布的首部《防卫白皮书》,新版白皮书带有浓厚的“高市色彩”,其内容与高市上台以来推行的一系列扩军政策高度契合。

比如,高市政府在2026财年防卫预算中斥巨资采购多种无人装备、卫星电磁干扰和监测设备等,推进人工智能辅助作战。高市政府还于今年6月推动国会通过将航空自卫队改编为“航空宇宙自卫队”的相关法案,把太空正式纳入自卫队作战领域。这一系列动向与白皮书“新型作战方式”相关内容相对应。

此外,高市政府今年4月修改“防卫装备转移三原则”及其运用指南,原则上允许杀伤性武器出口,为日本军工产业打开市场。此举正是白皮书所称“强化防卫生产与技术基础”的重要一环。

陈曦说,日本执政当局继续打着“专守防卫”的幌子,加速修订“安保三文件”,持续增加防卫开支,大力发展远程进攻能力,推进太空武器化、战场化,甚至将军工业产业扩张包装为经济增长点,妄图将扩军备战深度嵌入国家制度、经济产业和社会舆论。日本“新型军国主义”成势为患,已成为战后国

际秩序的严重挑战和地区和平稳定的真正威胁。

陈曦表示,台湾问题事关中国主权和领土完整,事关中日关系政治基础,是不可逾越的红线。我们敦促日方深刻反省侵略历史,停止干涉中国内政,停止误导日本民众和国际社会,不要在“再军事化”的错误道路上越走越远。

谋求“军事国家”

分析人士认为,新版《防卫白皮书》在内容上的调整变化,充分暴露高市政府的战略图谋:依托作战体系转型、军工产业扩张、武器出口放宽、对外防务合作等手段,打造长期性的扩军备武政策体系。

陈洋指出,日本政府计划于今年年底前修订“安保三文件”,新版《防卫白皮书》是观察此次修订动向的重要风向标,可能预示着未来5至10年日本在防卫领域重点推进的政策方向。

从内容上看,新版白皮书的诸多表述与自民党6月向政府提交的“安保三文件”修改建议案有共通之处。比如,建议案大肆渲染所谓来自周边国家的“安全威胁”,要求提升弹药、燃料、零部件的储备与生产能力,确保自卫队具备“持续作战能力”。这与白皮书中的新增内容高度吻合。

在防卫费问题上,建议案虽未设置具体目标,但将有意大幅提升防务支出占国内生产总值(GDP)比重的北约国家作为参照对象,其意图不言而喻。白皮书同样使用对标他国的叙述方式,目的就是为持续增加防卫费提供依据。

日本国内对上述政策动向多

有担忧之声。不少有识之士指出,日本政府不断扩张军备、突破限制,不仅无助于地区和平稳定,反而使日本成为地区紧张局势的制造者。《朝日新闻》日前在一篇社论中质问:“日本以从根本上强化防卫力为旗号,谋求拥有对敌基地攻击能力、解禁杀伤性武器出口,推动战后防卫政策转向,这将向周边国家释放怎样的信号?”

日本宪法学者伊藤真表示,从十余年前时任首相安倍晋三强推新安保法,到2022年日本政府通过新“安保三文件”,再到当前高市政府推行一系列扩军政策,日本已经背离和平宪法确立的发展路线。他认为,日本正寻求建立一套能够动员国家整体力量的“战时体制”,其实质是将日本从战后标榜的“和平国家”转变为“军事国家”。

数月来,反对高市政府安保政策的抗议活动在日本国会周边等地频频举行,大批民众走上街头呼吁和平、抵制扩军。正如一名抗议者在接受记者采访时所说,高市政府“一直都在说谎,他们所做的一切,都是一步步把日本推向战争”。

新华社东京8月4日电

经济

低价流量卡成历史？三大运营商收紧渠道

存量用户权益不变,业内人士提醒:未来办卡请认准官方渠道

● 长沙晚报全媒体记者 陈星源 实习生 卿海贝

刷短视频时随手点进直播间,主播喊着“19元月租200G全国通用流量”,动动手指填个信息就能包邮到家——这样的场景,以后可能再也见不到了。

7月31日晚,中国移动、中国联通、中国电信三大运营商同步发布公告,宣布自8月1日起,用户如需在互联网渠道订购号卡,只能通过电信运营商官方App、官方网站等渠道办理,第三方互联网渠道不再提供电信号卡办理相关服务。公告明确,近期发现有不法商家冒用“运营商授权合作”名义发布虚假售卡信息,或假借卡名义收集用户身份证件、住址、联系方式等个人敏感信息,侵害了用户权益,给用户带来了极大的信息泄露风险。

据悉,已激活使用的存量用户不受影响,原有套餐和合约继续有效。但对于习惯在线上“淘”便宜流量卡的消费者而言,低价“神卡”的时代正悄然落幕。运营商为何此时集体收紧渠道?用户权益会受到哪些影响?未来办卡又该通过哪些正规途径?记者就此进行了采访。



渠道的低价套餐普遍存在“宣传注水”:号称的大流量中定向流量占比极高;低价月租往往只是首充后的前6个月优惠价,到期后自动恢复原价;部分套餐还隐藏限速规则、合约限制,用户想要注销、转网处处受阻。很多用户正是被噱头吸引,实际使用后才发觉资费远超预期,维权却找不到责任主体。

整体来看,用户的核心诉求并非“一定要买第三方的卡”,而是希望能有透明、平价、足量的正规套餐可选。中国社会科学院大学数字中国研究院特聘研究员刘兴亮指出,第三方渠道之所以能够快速发展,并不仅仅因为价格低廉,更重要的是其精准满足了年轻人、学生、外卖骑手、直播从业者等不同群体对大流量、低资费、个性化套餐的使用需求。

渠道收窄,用户如何应对?

面对此次渠道调整,业内人士提醒消费者无需过度恐慌,重点关注三方面事项:

第一,办理号卡务必通过运营商官方App、官方网站或线下营业厅,切勿点击不明链接,切勿向非授权商家提供身份证、人脸识别等敏感个人信息,守住信息安全底线。

第二,此次公告仅针对“号卡新办业务”的销售渠道进行规范,携号转网政策未受影响,仍按原规定正常执行,用户可通过官方渠道查询转网资格并办理相关业务。

第三,官方套餐虽价格相对偏高,但服务更稳定、权益更透明、信息更安全,消费者应结合自身真实流量使用需求理性选择,不必盲目追求“超大流量”的噱头。

刘兴亮建议,运营商可推出更多官方平价套餐、长期套餐和场景化套餐,同时全面公开优惠期限、续费规则、限速条件,资费规则清晰透明,让用户一目了然。“治理的目标应该是淘汰不规范的销售方式,而不是淘汰用户真正需要的产品。”

此次售卡渠道规范,既是应对信息安全风险的必要之举,也是通信行业从“规模扩张”转向“高质量发展”的必经之路。短期来看,用户可能会面临选择减少、资费调整的阵痛,但从长远来看,一个更安全、更透明、更规范的通信市场,才是真正可持续的“提速降费”。



7月31日在云南省宣威市尼珠河大峡谷景区拍摄的“扶摇梯”(右)和“青云梯”两部悬崖电梯(无人机照片)。云南省宣威市尼珠河大峡谷内,垂直高度288米的二号悬崖电梯“扶摇梯”近日投运,与2022年投用、高268米的“青云梯”并肩矗立,搭配一段高空缆车,将山乡学子单程3个多小时的求学路缩减至30分钟,托举起峡谷里孩子们的云端求学路。宣威市普立乡尼珠河村坐落在尼珠河大峡谷谷底,地处云南省与贵州省交界,500余米垂直落差将谷底尼珠河村与谷顶的官寨完小分隔,学生单程攀登就要3个多小时。两座悬崖电梯、高空缆车对尼珠河村、官寨村的村民与在校学生实行免费。 新华社发

责编/易勇 美编/吴志立 校读/李乐

新闻漫话

为「流量」加流量
玩命漂流?



炎炎夏日,“玩水经济”迅速升温。借着短视频的东风,许多网红漂流项目吸引了大批游客前去打卡,但央视的一期调查节目却揭开热闹背后的另一面:在某漂流景区,橡皮艇经过的河道极度险峻,不少游客受了伤,而工作人员早已在终点等候,见怪不怪地发放着碘伏。在“流量就是生意”的现在,漂流项目争相在短视频平台上博眼球,不少景区故意抬高水位,人为制造大落差,翻船成了营销噱头。这种“越险越值钱”的思路,完全是在拿游客的安全换热度。峡谷里的水本该带来的是清凉和欢笑,绝非血淋淋的教训。只有把安全当作不可触碰的红线时,漂流这个行业才能行稳致远,成为地方旅游业的一块金字招牌。文/朱秉山 图/余宁山

臭豆腐辣条糖油坨坨茶叶蛋等都做成蛋糕

“零食很甜”亮相长沙

长沙晚报8月4日讯(全媒体记者 刘捷萍)依托强劲的产业优势与活跃的消费创新环境,长沙再添消费新物种。8月3日,新锐创意甜品品牌“零食很甜”正式亮相长沙“零食王国”,主打零食造型特色蛋糕,为长沙甜品市场注入全新活力。

湖南休闲食品产业实力雄厚,年营收突破1500亿元,全国每三份售出零食就有一份产自湖南,雄厚的产业基础也为长沙零食创意消费创新提供了有力支撑。零食王国是鸣鸣很忙集团打造的大型零食主题空间,总面积1.2万平方米,汇聚3.5万余款零食,开业首月客流超104.61万人次,是长沙热门网红消费地标。

“零食很甜”位于商场M2层IP乐园旁。该品牌把大家熟悉的零食做成蛋糕的样子,用100%

纯动物奶油,三层不同口感还原零食造型。首批推出15款长沙限定产品,其中最引人注目的是“湘里系列”:臭豆腐、辣条、糖油坨坨、茶叶蛋、沙琪玛……这些长沙街头巷尾的烟火气,被甜品师一转化为蛋糕造型。“湘里臭豆腐”用墨鱼汁搭配黑芝麻还原“黑”,豆乳芝士做内馅;“湘里辣条”在蛋糕里加入微微辣感的五重辣椒粉,用黄芝士和草莓树莓夹心平衡辣与甜;“湘里茶叶蛋”则以奶茶巧克力风味慕斯搭配陈皮牛乳夹心,致敬街头美食。

全创新创意甜品一经上线便人气爆棚,开业首日门店客流不断,年轻消费者纷纷打卡拍照、排队选购,爆款“湘里系列”快速售罄。有消费者表示,逛完零食王国,带走一款长沙特色零食蛋糕,新颖又有仪式感,很有长沙特色。