

美特使无功而返 俄乌或陷“打谈循环”？

新华社记者 阚静文 席玥 栾海

当地时间2日晚，俄罗斯总统普京和美国中东问题特使威特科夫在克里姆林宫举行会谈。俄总统助理乌沙科夫会谈后表示，会谈“非常有益、富有建设性且信息量巨大”，但并未达成解决乌克兰问题的折中方案。

分析人士认为，尽管俄方整体上对会谈评价积极，并释放出俄美继续保持接触的信号，但从更多透露的信息可以看出，会谈并未取得实质进展，甚至“收效甚微”。背后原因是两大核心分歧仍难解，未来俄乌局势或陷入“打谈循环”。

俄方表态藏着哪些深意

当地时间3日凌晨，俄罗斯负责对外投资和经济合作事务的总统特别代表德米特里耶夫在社交媒体上发布了一个词——“富有成效”，并配上了和平鸽的图标。这是他对此次会谈的评价。

普京和威特科夫的会谈从2日19时30分许开始，持续近5小时。俄方参与会谈的还有乌沙科夫和德米特里耶夫。美方代表团包括威特科夫、美国总统特朗普的女婿库什纳和一名翻译。

这是威特科夫今年以来第6次访问莫斯科，受到各方高度关注。11月下旬，美方就乌克兰危机提出28点“和平计划”，欧洲国家和乌克兰以该计划偏向俄方为由表示反对。此后，美乌欧代表又形成了相对靠近乌方立场的19点计划。威特科夫此次正是带着修改版的“和平计划”与普京会面。

乌沙科夫在会谈结束后说，俄方在会上收到了美方提供的“和平计划”和其他4份文件，这些文件涉及乌克兰危机的长期解决。不过他表示，俄美双方没有讨论具体文件的措辞和提议，而是讨论了其包含的实质性内容，会谈没有达成解决乌克兰问题的折中方案，俄方能接受美方的部分提议，另一些则无法接受，“未来还有很多工作要做”。

有媒体分析认为，俄美未就相关具体文件进行磋商，仅讨论“框架内容”，说明双方仍处于“意向交换”阶段，离“和平计划”还有很大距离。而“未达成折中方案”则意味着，俄美目前尚未找到可达成实际共识的切入点。

针对此次会谈，乌沙科夫称和平“既没有更近，也没有更远”。多家媒体引用乌沙科夫这句话解读说，威特科夫此次赴俄无功而返，

会谈进展有限，可谓“收效甚微”“无果而终”。

两大信号暗示局势走向

有分析指出，从俄方表态来看，此次会谈释放出双重信号：一是俄乌之间核心分歧依然未解，二是俄美仍有继续沟通的空间。俄乌冲突相关方或将长期陷入“边打边谈”局面，战场态势与谈判进程相互影响，和平前景仍不明朗。

乌沙科夫在此次会谈结束后说，双方重点讨论了领土问题。他表示，领土问题不解决，危机也无法解决。俄《莫斯科时报》文章指出，乌沙科夫表示领土问题对俄方来说仍是“最重要的”，说明俄方不太可能在控制顿巴斯地区这一目标上作出让步。

中国国际问题研究院欧亚研究所副所长韩璐认为，俄方要求将整个顿巴斯地区（主要包括顿涅茨克和卢甘斯克两个地区）归俄方所有，但目前顿涅茨克地区还有部分领土尚未被俄军控制，乌方则要求以接触线为基础进行谈判，这是目前俄乌之间的关键分歧之一。

此次会谈后，俄美双方均未提及会谈是否涉及安全保障问题，不过《华盛顿邮报》文章指出，该问题仍是俄乌核心分歧所在。多家美国媒体表示，乌克兰仍将西方国家参与

的“强有力”安全保障作为停火和结束冲突的条件之一，但俄方在此问题上尚无让步迹象。乌总统泽连斯基2日称，俄罗斯必须要在实现“真正的和平与安全保障”方面展现出与乌方相同的意愿。

尽管核心分歧难解，俄方仍释放出愿与美方继续沟通的信号。乌沙科夫在会谈后表示，围绕乌克兰问题未来还有很多工作要做，俄美双方将继续保持接触，“至于能否举行总统级别的会晤，将取决于我们能取得怎样的进展”。

目前，俄乌双方军事行动仍在继续。近日，乌克兰持续打击俄能源和国防基础设施，并不断在黑海袭扰与俄方相关的货轮；俄方则对乌多座城市和基础设施发动导弹和无人机袭击。值得注意的是，就在普京与威特科夫会谈前一天，俄方宣布控制顿涅茨克地区重镇红军城（乌克兰称波克罗夫斯克），不过乌军已否认俄军占领整个波克罗夫斯克。

分析人士认为，在美欧等多方力量介入的背景下，俄乌冲突的走向将受到战场形势与外交博弈的交织影响，“以打促谈”“边打边谈”的循环或将成为冲突相关方未来相当长一段时间的策略，和平前景依旧不明。

（新华社北京12月3日电）



日本各界人士要求高市撤回错误言论

日本国会议员、多名学者当地时间12月2日晚在位于东京的日本参议院议会议员会馆集会，要求日本首相高市早苗撤回涉台错误言论。集会主题为“要求高市首相撤回‘存亡危机事态’相关言论，回到日中邦交正常化的原点”。图为日本前外务省官员孙崎享在东京举行的集会上发言。

新华社记者 贾浩成 摄

中国游客冬季出游 为西班牙旅游业拓展新增长

新华社马德里12月3日电（记者孟鼎博）随着冬季到访西班牙的中国游客不断增加，西班牙旅游业人士指出，中国游客“反季节出行”为西班牙旅游业打开新的增长空间。

西班牙观光委员会副主席圣地亚哥·巴列霍日前在接受新华社记者采访时介绍，中国游客对冬游西班牙的兴趣在增加。2025年冬至2026年春，两国间直航航班密度将达到历史最高水平，每周直航班次较2019年几乎翻倍。“在旅游行业，直航是关键。航线越多，旅游增长越快，且二者互为因果。”

巴列霍同时注意到，到访西班牙的中国游客在游览方式上也有新的取向，他们更希望深入了解当地文化和城市气质。西班牙国家旅游局统计，超过八成的中国游客选择自由行，主要活动包括购物、文化体验和城市观光。行业人士指出，中国游客在西班牙“停留时间更长，消费更稳定、目的更明确”，对旅游服务质量的要求也更高，为目的地带来的经济价值也在增长。

巴列霍说，适应中国游客的需求变化是未来发展方向，西班牙“各地旅游业要适应这种变化，城市体验、文化导览、数字化服务等都要跟上”。近年来，西班牙旅游业不断优化服务，一些主要购物区已经可以通过支付宝或微信支付完成付款和退税。

巴列霍特别关注相关利好政策，例如近期中国将对包括西班牙在内的多国免签政策延长至2026年底。他认为，这将进一步推动两国间旅游、商务和文化往来。

马交通部说将于12月30日 重启马航370航班客机残骸搜寻

新华社吉隆坡12月3日电（记者王嘉伟 毛鹏飞）马来西亚交通部3日发布公告说，马来西亚航空公司370航班客机残骸搜寻工作将于本月30日重新启动。

公告说，负责搜寻行动的水下探测公司“海洋无限”将以间歇方式重启为期55天的海底搜寻行动。

今年3月，马来西亚内阁正式批准马政府与“海洋无限”签署服务协议，授权后者在印度洋南部开展搜寻马航370航班客机残骸的工作。4月初，马交通部长陆兆福说搜寻工作因天气原因暂停。

2014年3月8日，从马来西亚吉隆坡飞往中国北京的马航370航班客机失联。

联合国报告：

人工智能管理差异或加剧国家间不平等

据新华社联合国电（记者潘云召）联合国开发计划署亚洲及太平洋区域局12月2日发布的一份有关人工智能的报告说，由于各国发展基础迥异，若缺乏对人工智能的有效管理，则有可能拉大各国间的差距，进而加剧国家间的不平等。

这份报告说，虽然人工智能为发展开辟了新路径，但各国起步条件悬殊，导致它们在把握机遇、管理风险时的处境截然不同。若无有力的政策干预，这些差距可能会持续扩大，进而逆转长期以来发展差距逐步缩小的趋势。

报告指出，过去半个多世纪里，许多低收入国家通过技术、贸易与发展等方面取得的进步，逐渐缩小了与高收入国家间的差距。然而，若缺乏审慎且包容的政策选择，人工智能可能会导致这些发展成果的丧失。

报告说，就机遇而言，人工智能正在深刻改变亚太地区的治理模式与公共服务。然而，全面制定人工智能监管法规的国家仍属少数，这凸显建立强健治理框架的迫切性。



故宫精品文物在维也纳展出

“美美与共——紫禁城生活藏美”展览近日在奥地利维也纳艺术博物馆开幕，来自故宫博物院的76件精品文物展示了中国宫廷工艺美术的卓越成就。图为近日在奥地利维也纳，观众观赏来自故宫博物院的文物。

新华社记者 贺灿铃 摄

中国海军989编队结束对马来西亚友好访问

中国海军989编队12月3日结束对马来西亚为期4天的友好访问，从马来西亚巴生港启程前往印度尼西亚。访问期间，编队组织官兵赴马来西亚国家水文中心参观，同马方皇家海军青年官兵开展座谈，与马方皇家海军学院官兵开展体育交流。989编队组织多场舰艇开放活动，当地华侨华人、留学生代表及马来西亚皇家海军官兵等近千人登舰参观。

▼12月1日，在马来西亚巴生港，人们参加中国海军989编队组织的舰艇开放活动。

新华社发（孟飞达 摄）



▲12月2日，中国海军989编队舰船靠泊在马来西亚巴生港。

新华社发（吕志浩 摄）

“创意+”加持 中国消费品牌加速在法国“破圈”

新华社记者 崔可欣

午后，法国巴黎卢浮宫地下商场人潮涌动。位于人口通道一侧的国际潮玩品牌泡泡玛特门店里，消费者正围在展示台前挑选手办盲盒。“这类产品创意十足，总能带来惊喜，在法国本土很难找到替代品。”28岁法国女孩诺埃米拆开刚入手的盲盒，向记者兴奋展示。

诺埃米的直观感受折射出法国消费市场的一个新变化：一批以创意和品牌叙事为驱动力的中国消费品牌，正凭借全球化审美和成熟的工业化设计能力，赢得法国年轻群体认同。

泡泡玛特是法国潮玩热度快速攀升的代表品牌之一。法国《回声报》援引法国IFOP市场调查公司研究结果报道，在TikTok传播、盲盒经济兴起以及亚洲流行文化影响等因素推动下，法国潮玩市场规模持续扩大。泡泡玛特热门IP“拉布布”迅速蹿红，已成为法国第三大受欢迎的潮玩产品。

潮玩之外，以“平价创意好物”著称的名创优品也在法国保持稳健发展势头。自2020年进入法国市场以来，该品牌已开设20余家特许经营门店，其中约10家位于巴黎。去年6月，名创优品在巴黎香榭丽舍大街开设旗舰店，并刷新其在中国大陆以外市场的单日销售纪录。

中国消费品牌加速在法国“破圈”，一方面得益于社交媒体平台的加速传播，另一方面缘于这些品牌在多元素加持下形成的竞争力。

法国丝路商学院教授武世伟指出，中国创意品牌依托成熟的工业化设计能力、体系化的设计流程、稳定的品牌叙事和高效的供应链协同，形成了远超单一产品本身的竞争力。《回声报》报道，泡泡玛特正进入强化叙事阶段，通过动画、主题空间与跨品牌合作进一步拓展影响力。

《巴黎竞赛画报》等法国媒体认为，名创优品不仅在法国建立了更贴近本地消费者的产品体系，其创新驱动的运营模式、灵活的物流体系和明快的上新与补货节奏，都让消费

毕振山

在地区冲突频发、全球安全形势堪忧的背景下，世界范围内的军火销售继续增长，不少国家将发展防务和军事工业视为拉动经济增长的抓手。然而有分析人士指出，军售增长与冲突延续有关，但单纯的军事手段并不能终结冲突，甚至有可能加剧“安全困境”。只有通过外交和合作，才能使全球更安全。

瑞典智库斯德哥尔摩国际和平研究所近日发布的最新报告显示，2024年全球百强军火商营收创历史新高，达到6790亿美元，同比增长5.9%。

在这百强榜单中，美国企业共有39家，其总销售额为3340亿美元，几乎占到百强军火商总营收的一半。26家欧洲（俄罗斯除外）军火商进入百强，总营收同比增长13%。在亚洲，日本的军火销售额大幅增长了40%。9家中东军火商的销售额达到310亿美元，同比增长14%。

另据欧洲航空航天与国防工业协会12月2日发布的年度报告，2024年欧洲航空航天与国防产业总营业额为3257亿欧元，其中国防产业营业额增长13.8%，达到1834亿欧元。

斯德哥尔摩国际和平研究所的报告指出，全球军售创下历史新高，与俄乌冲突、巴以冲突、全球和地区地缘政治紧张加剧等因素有关。

全球军售增长背后的安全忧患

俄乌冲突爆发以来，美国和欧洲多国纷纷向乌克兰提供军事援助，由此导致其对乌军售激增。美国向乌克兰提供的军售包括战机零配件、榴弹炮装备、战车以及防空导弹系统等，洛克希德—马丁公司和雷神技术公司等大发其财。德国军工企业莱茵金属因为向乌克兰出售坦克、装甲车和弹药等，今年前三季度销售额增长了20%，达到75亿欧元。捷克军工企业捷克斯洛伐克集团依靠向乌克兰出售炮弹，2024年营收同比增长了193%。

有分析人士认为，全球军售增长还与一些国家扩大防务开支、发展国防工业有关。以欧洲为例，在欧洲整体经济增长乏力的情况下，不少国家利用美国要求其增加军费的时机，大力发展国防工业，希望以军工产业的 growth 来提振经济。德国联邦议院不久前通过了2026年财政预算案，其中，德国国防开支将达到1080亿欧元，大部分资金将用于军事装备和弹药。过去两年，德国不少企业开始“民转军”，以满足军备市场需求。德国就业研究所还预测，

德国国防工业未来有望创造多达20万个就业岗位。

另外，加拿大总理卡尼12月1日宣布，加拿大已经完成加入欧盟“欧洲安全行动”的谈判，并计划在未来几周内正式加入。欧盟理事会今年5月批准设立“欧洲安全行动”工具，计划为成员国采购安全与防务武器装备提供总额达1500亿欧元的金融支持，其中35%的贷款可用于采购欧洲以外地区生产的武器零部件。加拿大积极加入“欧洲安全行动”，正是希望为本国军工企业拓展欧洲市场。

然而，通过采购更多军事装备来促进安全的做法，在不少国家内部引发分歧。联合国秘书长古特雷斯曾经表示，全球军费开支增加不仅可能引发军备竞赛，也将给各国财政和发展带来巨大压力。欧洲一些国家就认为，向乌克兰提供军事援助无助于俄乌冲突的解决。在巴以冲突中，美国等国向以色列出口军事装备，在一定程度上促成了冲突的延续，也导致以色列更加有恃无恐。

尤其值得注意的是，日本军火销售额

大幅增长的背后是日本不断扩充军备的野心。近些年，日本逐渐放宽武器出口限制，修改“防卫装备转移三原则”，以提升其武器制造能力和出口规模。与此同时，日本大幅增加防卫费，利用日美同盟等加快日本军力向外扩张。日本的这些做法不仅可能会引发军备竞赛，破坏地区稳定局势，还可能加剧冲突风险。国际社会对此应予以高度警惕。

分析人士认为，无论是俄乌冲突和巴以冲突等地区冲突，还是一些国家之间的分歧，通过政治和外交手段解决才是最有效的方法。如果一味购买武器、扩充军力，反而可能会陷入“安全困境”。在这一困境中，每个国家都在扩军，但每个国家都感觉不安全。为了实现持久和平和普遍安全，各国应该摒弃零和思维，加强沟通和合作，以对话解决分歧，以合作增强信任，以发展增加共识。