

「美国人在背后捅了我们一刀」

起底美国借乌克兰危机捆绑压榨欧洲

乌克兰危机事发已经一年多。这一年多来,大家更多看到的是被打得支离破碎的乌克兰,被连累得气喘吁吁的欧洲,还有发了战争财的美国。而在这场博弈中,欧洲的经济基础变得脆弱,处处受制于美国,自己的利益被牺牲掉了。

文/图 新华社

A 美国对待欧洲冷酷无情

瑞典斯德哥尔摩国际和平研究所近日发布的报告显示,2022年欧洲军费开支较2021年增加13%,是至少30年来最大增幅。英国皇家国际问题研究所副研究员蒂莫西·阿什曾撰文指出,乌克兰危机促使北约伙伴国迅速增加防务支出,其中相当一部分用于购买美国装备。

“美国挑起战争把欧洲变成附庸……成功利用乌克兰危机破坏了欧洲稳定。”回顾乌克兰危机升级后的局势演变,法国前总统戴高乐之孙、经济学家皮埃尔·戴高乐近期在接受法国《巴黎人报》采访时这样说。

美欧号称“盟友”,但实际上地位并不平等,欧洲处处受美国钳制、为美国利用、被美国盘剥。乌克兰危机升级让这一点变得更加清晰:欧洲追随美国对乌提供大批军援,自身也开启扩军进程,实则肥了美国军火商的腰包;欧洲追随美国对俄实施严厉制裁,导致欧洲能源供给紧张、通货膨胀加剧、民生受到冲击,而出口能源的美国企业却大发横财;美国还在不断拱火浇油,推动乌克兰危机向长期化、扩大化方向发展,加剧欧洲在能源和安全上对美国的依赖,令欧洲战略自主受制。

正如法国《世界报》文章所说,美国对待欧洲冷酷无情,为了自身利益,会毫不犹豫地牺牲欧洲利益。



“不要更多战争!不要更多战争!不要更多战争!”美国上千名反战人士2月19日下午在位于华盛顿市的林肯纪念堂前举行集会,齐声高喊。组织者说,这可能是伊拉克战争以来美国最大反战示威,抗议者要求美国停止煽动乌克兰危机、促进双方和谈、解散北大西洋公约组织(北约)、削减美国军费等。

B 「这场冲突中获利最多的是美国」

在美国宾夕法尼亚州的斯克兰顿陆军弹药厂生产车间里,地面上的老旧铁轨让人回想起在这座拥有上百年历史的建筑中组装蒸汽汽车的时代。不过,如今这座工厂正在忙碌生产的是运往乌克兰的炮弹。该厂与军火巨头通用动力公司签署了一份有效期至2029年的合同,每月生产上万发炮弹。通用动力公司首席执行官安德鲁·史密斯说,最近工厂周末加班的情况越来越多,最终可能会迎来每周工作7天的节奏。

弹药厂的加班加点,折射出美国整个军工行业的“繁荣”景象。乌克兰危机升级以来,美国不断鼓吹“俄罗斯威胁”,煽动欧洲盟友升级对乌军援和扩充自身军备。根据斯德哥尔摩国际和平研究所发布的最新报告,2022年中欧和西欧国家的军费开支总额达到3450亿美元,首次超过1989年水平。“这无疑是在冷战结束以来欧洲国防开支的最大增幅。”欧洲改革中心外交政策负责人伊恩·邦德说。

美国军火商是欧洲扩军行动的最大受益者。斯德哥尔摩国际和平研究所统计显示,近期许多欧洲国家的军费开支一半以上流向美国公司。美国国防部去年8月专门成立一个工作小组,由五角大楼的政策办公室及其采办和保障部门共同领导,负责评估并加快执行对外军售。

事实上,如果你冷静地看问题,(就会发现)这场冲突中获利最多的是美国,美国人正在以更高价格出售更多天然气,而且他们正在出售更多武器。”一名欧洲高官向美国《政治报》抱怨。

在能源市场上,美国收割欧洲盟友利益毫不手软。“欧洲能源危机的大赢家:美国经济。”《华尔街日报》一篇文章对此一针见血地说。

市场研究机构克普勒公司数据显示,2022年,欧盟液化天然气进口量达到9473万吨的历史最高水平,其中超过四成来自美国。受欧洲需求激增提振,美国一些能源企业的业绩“咸鱼翻身”。2022年1月至9月,美国页岩油气企业切萨皮克能源公司盈利达到13亿美元,而在2020年该公司一度申请破产保护。

法国总统马克龙曾公开抱怨,美国卖给欧洲的天然气价格比美国本土市场价高出3至4倍,美国从地缘政治斗争中获取了超额利润。法国《回声报》在社论中质问:“我们怎能接受欧洲人为得克萨斯汽油支付比美国消费者高五倍的价格?这是不可容忍的抢钱,何况我们还首当其冲承受着对俄制裁的后果。”

C 欧洲经济正「缓慢失血」

“我多穿了一件毛衣,只能如此。”102岁高龄的法国老人苏珊无奈地说。去年欧洲冬季温度高于往年,但对法国德格雷养老院的老人来说,这个冬天却格外寒冷。按照法国政府的节能规定,位于第戎的这家养老院活动大厅室温最高不能超过20摄氏度,养老院负责人弗雷德里克·默尼耶对此非常头疼:一方面,很多人抱怨不够暖和;另一方面,能源费用还在上涨。“我在去年7月重新签了用电合同,电费增加了20%。”

自乌克兰危机升级以来,欧盟追随美国对俄天然气和石油产品实施禁运或限价,由此引发明显反噬效应。能源等领域产业链供应链受阻,全面推高物价水平,民众实际工资缩水。

受能源紧张影响,法国企业的能源账单金额一度上涨,铝、塑料和化工产业受到的影响最为严重。法国摩泽尔河畔吕镇一家纺织厂为了节省电力,每周只工作三天。在德国北部卢布明经营餐厅的克劳斯·鲁道夫说,当地天然气价格曾涨至平时的3倍左右,导致餐厅经营成本增加。在意大利罗马,咖啡馆老板劳拉·拉莫尼告诉新华社记者,去年用电高峰期,咖啡馆电费猛增,她不得不解雇两名员工并提高咖啡价格以维持经营。

法国国际关系研究所能源和气候中心顾问塞西尔·迈松纳夫指出,随着春季到来,欧洲能源价格有所回落,但欧洲的外部能源供应依旧紧张,本土的核电等新能源发展仍存在不确定性,加之石油输出国组织决定减少原油生产,欧洲的能源困境仍将持续,“到了秋天,燃气表和电表可能会重新失控”。

欧盟一次次跟随美国加码对俄制裁,国际能源署署长法提赫·比罗尔警告,欧洲一些地区今年夏天可能会出现柴油短缺,一场比1973年石油危机更严重的危机正在逼近。经济合作与发展组织2023年经济预测报告称,如果能源危机恶化,欧洲将面临非常严峻的经济形势。匈牙利总理欧尔班指出,欧洲经济在大规模能源危机下正“缓慢失血,濒临死亡”。

为何陷入如此严重的困境?欧洲人其实很清楚答案是什么。欧洲《现代外交》网站一篇题为《美国如何摧毁欧洲》的文章指出,欧洲与美国合作制裁俄罗斯,“反而导致欧洲衰落”。

D 美国不希望看到一个团结自主的欧洲

“有这样的朋友,谁还需要敌人?”欧洲理事会前主席图斯克曾经对美国的这番感叹,如今越发引起共鸣。

冷战结束后,美国推动北约不断东扩,在挤压俄罗斯战略生存空间的同时,也加强了对欧洲政治、军事和经济上的控制。如今,美国利用乌克兰危机升级,进一步把欧洲绑定在自己的战车,通过紧扼欧洲战略自主的咽喉,源源不断地从这些盟友身上榨取利益。

美国从来不希望看到一个团结、自主的欧洲。在华盛顿的政客们看来,弱化欧洲、使之不得不永久依附于美国,最符合美国的利益。法国国际关系与战略研究所所长帕斯卡尔·博尼法斯认为,美国的这一目标正伴随着乌克兰危机升级逐渐成为现实。他说,在美国人眼中,北约是对欧洲施加影响的一个工具。2019年,马克龙曾说北约处于“脑死亡”状态,而如今“脑死亡”的是欧洲战略自主,北约却愈加强势。

俄罗斯瓦尔代俱乐部项目主管安德烈·苏申科夫也认为,美国寻求打消欧盟国家战略自主的念头,而乌克兰危机为此创造了机会。美国及其东欧盟友设法在信息领域制造“道德恐慌时刻”,让人们无法清醒了解这场危机的前因后果。欧洲一些领导人和有识之士能够独立、清醒地思考俄欧关系陷入严重危机的后果,但如今却成了少数派,无法发声。

然而,越是在这种情况下,欧洲加强战略自主就越显得重要。正如西班牙《先锋报》网站一篇文章所说,欧洲在2023年应当从乌克兰危机中吸取的一个重要教训便是,必须增强自主性。英国政治分析师托马斯·福尔克指出,如果欧盟寻求保持或成为目前世界秩序中一个能够独立生存发展的参与者,而不仅仅是超级大国的附庸,那么它就需要有能力保护自己,并塑造和设计可执行的策略。

从推动北约东扩把俄逼到墙角,到策动“颜色革命”让俄乌反目成仇,再到谋求用“战斗到最后”乌克兰人的“借刀杀人”手段打击俄罗斯,美国为了自身利益一步步把欧洲推入战火冲突的火坑,也让世人进一步认清美国霸权霸道霸凌给世界带来的深重灾难。欧洲《现代外交》网站文章直言,美国是“帝国主义”,通过种种手段“剥削其他国家生存和发展”,“越来越多人认识到,欧洲的真正敌人是美国”。



这是在俄罗斯首都莫斯科拍摄的“罗斯蒂克”餐厅外景。

“俄罗斯版”肯德基回归

近日,俄罗斯首都莫斯科市中心一家名为“罗斯蒂克”的餐厅正式开业,吸引了众多目光。工作人员身穿统一工作服,微笑着对往来顾客说着“欢迎光临”。

这家餐厅之所以受到关注,是因为它曾经是俄罗斯快餐品牌肯德基在莫斯科的一家旗舰店。在停业很长一段时间,该餐厅从当天起开始改用新品牌名称并重新营业。

走进餐厅,记者注意到新品牌的包装袋、饮料杯、餐巾纸等并没有太大变化,依然采用了原来红白相间的设计风格,但品牌标识与肯德基不同,采用了黑色字母“R”加红色尖括号的设计。

“我们前天去了一家肯德基餐厅,那里一个鸡肉卷是179卢布(1美元约合82卢布),今天来到这里,价格没什么变化,只不过饮料杯上的山德士老头不见了,餐厅名字也改了。”专程来这家餐厅体验的快递员阿列克谢告诉记者。

罗斯蒂克连锁品牌运营总监奥莉加·叶利谢娃当天接受记者采访时说,新品牌的餐品仍保持原来的配方和价格,菜单上也只有个别餐品名称进行了调整。此外,原先的食材供应商也将继续与新品牌合作。

“我们的餐厅仍然保留了原来的味道。”叶利谢娃认为,新品牌“毫无疑问取得成功”。“我们会用优质的服务、饱满的热情和爱心为顾客带来惊喜。”

“餐厅的名字很酷,装修设计也很棒,菜单也不错,一切都做得非常好。”大学生谢尔盖告诉记者,他和朋友看到这家餐厅开业,特意过来尝一尝。

对于罗斯蒂克这个品牌,许多俄罗斯人其实并不陌生。“我小时候就来过罗斯蒂克。”一位名叫萨沙的医生在餐厅告诉记者。

1993年,第一家名为“罗斯蒂克”的快餐店在莫斯科古姆百货商场正式开业。2005年,该品牌与拥有肯德基、必胜客等品牌的美国百胜全球餐饮集团达成战略联盟。2012年,该品牌名称统一改为“肯德基”,此后在俄罗斯逐渐发展成拥有数十家品牌直营店和逾千家特许经营商加盟店组成的快餐连锁店。

2022年3月,百胜全球餐饮集团宣布暂停在俄运营肯德基餐厅。今年4月,百胜宣布离开俄罗斯市场,并将当地肯德基餐厅及相关资产、特许经营权等出售给原肯德基品牌在俄本土特许经营商之一的智慧服务公司。

智慧服务公司共同所有人康斯坦丁·科托夫在新闻发布会上说,俄国内大约三分之二的肯德基餐厅门店已经与罗斯蒂克达成协议,愿意以新品牌经营,品牌转型有望在一年半内完成。

罗斯蒂克连锁品牌总经理、此前长期管理百胜在俄业务的塔季扬娜·沙曼斯卡娅介绍,罗斯蒂克计划开设66家公司直营餐厅,其中,40家位于莫斯科市和俄中部汉特-曼西自治区的门店将在5月假期前开业,余下的将于5月份在莫斯科州开业。

“未来,罗斯蒂克将向人口数量不足10万的小城市拓展,我们计划把门店数量增加至2000家。”沙曼斯卡娅说。

阿列克谢告诉记者,比起肯德基,他更喜欢罗斯蒂克这个名字。“因为那是我的青春。”



近日,在西班牙访问的巴西总统卢拉与西班牙首相桑切斯举行会晤。双方探讨了多边合作解决乌克兰危机,呼吁促进世界和平与发展。