

文匯

WEN WEI EDITORIAL

日本對慰安婦歷史罪責不能一筆勾銷

中國外交部發言人昨日就韓日兩國就慰安婦問題達成協議再次重申中國原則立場，強調日本應正視和反省侵略歷史。日本以官方名義向韓國慰安婦道歉，由政府出資賠償受害者，這絕不意味著日本在慰安婦問題的歷史罪責從此可以一筆勾銷，日本對戰爭罪行「徹底反省」的距離還很遙遠。應當看到，韓日就慰安婦問題達成協議，主要是雙方迫於美國壓力，着眼於鞏固美日韓安保合作，為美國「重返亞太」服務。二戰期間，日軍強徵成千萬的韓國和中國等亞洲國家慰安婦，這是日本軍國主義犯下的反人類罪行，日本政府必須拿出負責任的態度解決，向各國真誠道歉，合理賠償，才能獲得受害國和世界的寬恕，否則難以走出歷史的陰影。

韓國作為慰安婦的主要受害國之一，長期以來要求日本賠償、道歉，但日本始終不願意承認戰爭罪行，堅持慰安婦問題已經解決。此次雙方終於能夠達成協議，日本首相安倍晉三以「日本國首相」名義，向韓國慰安婦表示「道歉」和「反省」。此外，日本政府將出資10億日元（約7,000萬港元），與韓國政府共同成立基金，向韓國倖存的慰安婦提供援助。相應地，韓國政府承諾今後將不再提慰安婦問題，避免互相指責。日本對於首爾日本大使館前設置的慰安婦少女雕塑，則希望「得到恰當轉移」；有關慰安婦相關資料申報聯合國教科文組織(UNESCO)世界記憶遺產一事，韓方也作出讓步，表態不會申報。簡言之，日本向韓國慰安婦道歉，由政府出資賠償受害者，韓國也要投桃報李，永不再就慰安婦問題向日本追究。

日本在二戰期間強迫數十萬亞洲婦女為日本士兵充當性奴，被強徵的婦女來自朝鮮半島、中國和東南亞各國，慰安婦制度是人類歷史上最慘無人道、最可恥的一頁。日本政府在二戰結束後70年才向韓國慰安婦道歉，如今尚在人世的韓國慰安婦已所剩無幾，日本的道歉是否真心誠意對戰爭

罪行作出由衷反省？除韓國以外，日本政府為何不向其他國家的慰安婦都作出道歉和賠償呢？值得注意的是，日本一再強調此次賠償之後，韓國保證不再舊事重提，日本外相岸田文雄還表明，日本政府的出資「是日韓合作的項目，並不是賠償」。

歷史不容忘卻，戰爭罪行不可推卸。戰後70年來，德國歷屆政府不避諱歷史罪行，一再向曾遭受納粹侵略和殘害的各國人民謝罪。德國現任總理默克爾表示：「我們對納粹犯下的罪行，對第二次世界大戰，尤其對種族大屠殺受害者承擔一份永久責任。」德國二戰後向受害國及民眾支付的賠償額達到640億歐元。兩相對比，日本僅向韓國慰安婦問題道歉，更不承認作出賠償，還想堵住韓國的嘴，不讓其再提慰安婦問題。可見，日本政府的道歉和賠償有多少誠意和承擔，公道自在人心。

慰安婦問題是韓日之間最大的分歧之一，此次安倍政府一改強硬態度，願意妥協道歉，是現實政治的需要，特別是來自美國的壓力。美國近年高調推進「重返亞太」戰略，韓日都是美國的盟友，但雙方在歷史問題上的紛爭干擾了美國的戰略部署，導致美國向韓日政府施壓，這是此次韓日政府就慰安婦問題達成協議的背景。岸田文雄就聲稱，日韓達成共識「為推進日美韓安保合作奠定了基礎」。日本政府向韓國慰安婦道歉，並非「幡然醒悟」的自發懺悔之舉，而是順從美國要求，最終目的在於加強美日韓軍事同盟。

悔罪才能和解，和解必須悔罪。日本對待慰安婦的罪行避重就輕、避實就虛，更企圖將歷史罪行輕描淡寫，日本與亞洲及世界各國只會更加疏遠。日本要得到亞洲各國及世界的寬恕，最終達至和解，必須誠心誠意正視歷史，向各國慰安婦作出真誠的道歉和賠償，採取對歷史負責的行為，才能有和平光明的未來。

(相關新聞刊A6版)

以創新思維確保香港貿易樞紐地位

政府統計處公佈，今年11月份本港進出口數字繼續下跌，顯示由於外圍經濟環境的不景氣，香港作為亞太地區傳統轉口貿易樞紐地位正在受到嚴重衝擊，特區政府和業界都需要以創新的思維和積極有為的做法，充分發揮背倚國家這個全球第一大出口和貿易大國的特殊地位優勢，努力培育及開拓新的進出口貿易增長點，以應付明年可能出現的更嚴峻挑戰。

從統計處公佈的數字看，今年以來本港整體進出口均呈持續下跌的狀態。出口方面，繼今年10月下跌3.7%，11月又下跌3.5%，港產品出口貨值更大幅下跌21.6%；進口方面，10月份下跌8.5%，11月再跌8.1%。過往10月和11月一般都是進出口貿易旺季，今年上述月份的數據均出現下跌，顯示本港作為一個高度依賴外部市場環境的經濟體，進出口貿易行業正面臨着因為環球需求疲弱而帶來的嚴峻挑戰。近幾年，西方主要經濟體復甦乏力，除了美國經濟稍有起色外，歐盟、日本等均尚未走出金融風暴陰影，大多數新興經濟體的經濟增長亦出現下降，此時美聯儲決定加息，更給環球經濟復甦增加了不確定因素，香港的進出口貿易自然受到上述因素拖累，整體表現差強人意。今年頭11月，本港與內地、台灣、韓國、日本、德國、美國、瑞士等國家和地區的進出口額都有所下跌，有些下跌幅度相當大，如從瑞士進口的貨值就下跌了28%。進出口額下跌雖與某些商品價格下調有一定關係，但最主要還是香港進出口貿易的市場情況發生了明顯變化，香港過往一直享有的亞太貿易樞紐地位優勢，這一優勢正在受到嚴重衝擊，甚至面臨喪失危險。

面對諸多挑戰，有關專家主張，香港應全面研究目前世界經濟貿易的新格局和新情

況，以創新的思維和積極有為的做法，努力發揮香港自身的優勢，培育及開拓新的進出口貿易增長點，尤其要充分發揮背倚國家這個全球第一大出口和貿易大國的地位優勢，化解危局。事實上，儘管全球經濟持續不振，國際市場需求嚴重低迷，但由於國家經濟已經積累了相當的能量，中國外貿今年在全球出口市場份額依然有所上升，由去年年底12.4%提升至13%左右，並繼續保持全球第一出口大國和第一貿易大國地位。同時，對外貿易結構有了進一步優化，今年首11個月，一般貿易、民營企業、機電產品和對新興市場的出口均呈正增長，成為拉動今年出口的生力軍。跨境電子商務出口增速也超過30%，市場採購貿易增幅超過70%，帶動了大量中小微企業出口，成為對外貿易新的增長點。這些成果和經驗，都值得香港的進出口貿易界借鑒和參考。香港倘能運用好自身優勢，在協助國家鞏固和開拓外貿市場方面做足功夫，相信也可以在相當程度上，分享到國家外貿進出口增長的成果，從而克服暫時困難並渡過難關，為今後的發展打下堅實基礎。

過去幾十年，香港一直靠貿易起家，進出口貿易界積累了豐富的市場開拓經驗，面對現今的總體逆境，進出口業界不應失去信心。分析今年的進出口數據，雖總體上有所下跌，但當中還是有一些亮點。比如，11月份輸往印度和越南的整體出口貨值分別上升13.9%和11.3%，顯示一些國家及地區對進出口還是有相當的需求的。關鍵是業界需要順應時世變化，一方面發揮背倚內地的優勢，另一方面主動出擊，發掘更多新興市場的潛力，排除萬難，尋找新突破口，努力保持住香港亞太貿易樞紐地位。

內地客稀 美食節淡

「劈價」未見起色 展商：保本已「偷笑」



香港文匯報訊（記者 聶曉輝、楊佩韻）訪港內地旅客銳減，加上經濟前景不明朗，令香港零售市道大吹淡風，連帶昨日結束的香港冬日美食節亦令大部分參展商失望而回。本是每年「例賺一筆」的節日，如今內地豪客近乎絕跡，本地消費亦不見得有增長，參展商不用虧本可能已「偷笑」。有零售業界表示，訪港內地旅客減少，大額訂單劇降，難寄望理性消費的港人，只能希望明年會更好；亦有業界指香港零售業高峰已過，往後只會汰弱留強，行業要各出奇謀及轉型應對，例如以「劈價」求存。

連5天於灣仔會展中心舉行的冬日美食節昨日閉幕，不少市民趁機到場內「掃平貨」，但人流卻不如往昔，往年條條通道擠滿人搶購特價貨品的情景不再，參展商們均叫苦連天，即使「劈價促銷」亦未必有太大起色。

參展商：消費慾比想像差

以大大隻鮭魚及豬肉川式串燒作招徠的「單媽媽特大串燒」負責人表示，今年不論人流及市民的「鬆手」度都不如去年，雖然仍有不少人購買較細串的鮭魚鬚，但擔心最終賣不清，由20元5串減至20元8串促銷，部分串燒甚至免費送給市民「試食」，「今年生意一定比去年差，回本已經很好了。」

主要售賣日本帶子、蟹等急凍海鮮的「新華日本食品有限公司」是美食節的常客，公司市場部代表江小姐表示，今年市道比較淡靜，經濟前景不明朗，銷情欠佳已屬預料之內，但人流及消費意慾比想像中更差。

有售賣即食麵的參展商負責人王先生表示，今年是首次參展，料不到銷情只有暑期美食博覽的一半，未必可以回本，「就當作宣傳品牌吧，但明年是否再參加要好好想一想。」

要在美食節「突圍」始終要靠熟食，有售賣罐頭鮑魚為主的參展商負責人黃小姐表示，10元一隻鮑魚銷情理想，每天共賣出相等於8箱（每箱24罐，每罐16隻）數量的鮑魚，「開罐頭都開到手

軟。」但她亦指出，內地客大幅減少，故整體銷情也不見得有增長。有售賣花膠的參展商負責人布先生更指出，內地客近乎絕跡，從前上千元一張單十分容易，今年銷情至少減半。

零售業：不排除現結業潮

對於本港零售業遭受挫折，華豐國貨董事總經理邱建新表示，港人多是理性消費，要吸引他們大量購物是有一定的難度，本以為較為「疏爽」的內地旅客可協助維持營業額，但今年訪港內地旅客減少，「大額訂單少了，只好密食當三番」，期望明年會更好。

工聯會香港百貨、商業僱員總會副理事長鄧祥勝表示，過去10年香港零售業持續向好，今年卻由最高峰回落，整體生意額約有5%至6%的下跌，預料未來一年跌勢仍會持續。他續說，如果跌勢持續且幅度擴大，不排除會有結業潮及解僱潮，當中以內地旅客為對象的藥房首當其衝。他指出，現時零售業進入調整期，汰弱留強，行業要各出奇謀及轉型應對，當中「劈價促銷都是一條生路」，期望特區政府能提供稅務措施協助業界渡過難關。

經濟學者關輝照指出，今年香港經濟增長約2.4%至2.5%，預料明年會繼續收窄至1%至1.5%的增長。

特寫 入場客開心：不擠迫 買平貨

美食節場內人流較預期少，對主辦單位及參展商都不是好事，但對消費者來說卻是好消息，因為有更多特價貨可供選擇；更重要的是不用在擠迫人潮中買得那麼「辛苦」。李小姐日前已到場內花費約1,000元購物，昨日再到場內花費逾5,000元，主要購買花膠及一些養生健康食品。她指出，場內並非大部分貨品的售價都很便宜，但她會專揀「平貨」來購買，又指場內人流不多，「行得好舒服。」

連先生表示，到美食節吃東西及購物可說是每年的「習慣」，昨日已是今年第二次入場，每天約花費1,000元，主要購買海鮮、麵包等產品，亦有光顧場內的串燒等熟食檔。他覺得場內人流比去年少，不用經常把通道擠得水洩不通。他表示，沒有到工展會，因有感工展會像一個雜貨市場多一點且人多擠迫。

參展商紛紛表示，今次美食節即使「劈價促銷」亦未見有太大起色。 莫雪芝 攝



布先生嘆息，內地豪客近乎絕跡，賣花膠碗仔翅靠微利維持。 莫雪芝 攝

直言「不會超過2%的增長」。他預料，內地經濟在明年仍是「陰乾式放緩」，而香港經濟受樓市下跌及內地經濟影響而有所下調。不過，他預料明年地舖租金有大幅下跌的機會，對本地零售或會有利，建議業界要做好準備，以免錯失良機。



黃小姐：「10元鮑魚走俏，罐頭開到手軟」。 莫雪芝 攝

有所增長外，其他月份均大幅下滑，截至11月底，內地赴港遊客數量連續6個月下滑，預計全年下滑1.9%。

旅遊業內人士稱，香港今年持續發生的「反水客」及毆打遊客致死事件等，對香港旅遊環境造成惡劣影響，這是導致內地遊客赴港持續下降的重要原因。同時，港澳旅遊業還受到來自日本、韓國、東南亞等鄰近市場的強有力競爭，這些目的地也分流了一部分內地遊客。

不過在一系列活動和利好政策的推動下，12月以來，赴港個人旅遊客數量有所上升，特別是聖誕、元旦雙節期間，回溫趨勢明顯。由於航班數量的增多以及酒店價格的下調，今年上海各大旅行社的聖誕、元旦香港遊，價格要比以往低一成多，這在很大程度上吸引了更多遊客前往香港。

趁便宜 辦年貨

張太太昨日亦自備購物車「掃貨」，並花了約2,000元購買海味、曲奇、餅乾等不同種類產品。她表示，美食節內的貨品價格較市面便宜，種類多且集中，可以「一次過」辦年貨，亦不用這麼擠迫。



李小姐 莫雪芝 攝 連先生 莫雪芝 攝

通風差油煙「攻鼻」 大會安排欠妥

香港冬日美食節及冬季購物節定於今年12月底於灣仔會展中心舉行，今年已是第十三屆，但主辦單位的安排卻惹來各方微言，包括宣傳不足、指示不清及通風不善等幾大問題；有購物節參展商已表明不滿大會宣傳不足，來年將不會再參展。至於美食節的會場內雖然人流不如往年般擠迫，但通風措施卻做得十分差，令場內瀰漫着陣陣油煙，鼻敏感的人更感特別辛苦。

購物節展商 怨受冷落

今屆冬日美食節與冬季購物節同於本月24日開幕，前者昨日結束，後者則提早一天於前日閉幕。有購物節參展商不滿主辦單位只將宣傳側重於美食節，感覺不被尊重，加上銷情欠佳，表明來年將不會再參展。至於美食節則一如往年般，場內有不少提供試食及售賣熟食的攤位，未知是今年熟食攤位較往年多抑或通風措施做得較往年之差，場內終日瀰漫着濃濃的油煙，人流較多的通道或有鼻敏感的市民更覺辛苦。

記者入場採訪 諸多擾攘

另外，連日設於會展一樓離入口不遠的傳媒登記中心，昨日突然不見了，本報記者便走到地下售票處詢問大會職員登記櫃位在哪，對方回答指在一樓入口附近，本報記者摸不着頭腦地再返回一樓找職員詢問，對方又表示傳媒登記中心取消了，着記者往地下大堂登記。記者又再次走到大堂詢問另一名職員，對方又着記者上一樓登記。

浪費了十多分鐘時間，本報記者最終決定直接上二樓美食節會場所屬一層展示記者證入內，卻被職員要求先辦理大會記者證。記者問他在哪裡辦證及與他理論，對方只回應不知道，更不客氣地道：「我界你入去，但我可隨時叫你出去！」記者最終決定再返回售票處問另一名職員，前後花費近半小時才能成功登記入場，突顯場內給予記者採訪的指示不清及連大部分工作人員也不知情的問題。

香港文匯報記者 聶曉輝

元旦遊港內地客回升

香港文匯報訊（記者 胡璋檫上海報導）據港、台旅遊部門及部分旅遊機構的統計數據顯示，今年6月至11月內地赴港遊客數量已經連續6個月下滑。而進入12月，隨着聖誕、元旦等節日的到來，加上旅遊部門推出活動吸引遊客、機票和酒店價格下調

等因素，香港遊迎來一定程度的回溫。全年人數料下滑1.9% 香港、澳門旅遊發展局和觀光局的數據顯示，內地赴港遊客數量除今年1月、2月、4月和5月同