

## 政治

# 新时期俄罗斯军售外交的形成、发展与前景

孙景宇 刘文闻

【内容提要】苏联解体后，俄罗斯继承了绝大部分军工研发及生产能力，但独立之初，其并未继续苏联军售的辉煌，20世纪90年代中期，俄罗斯重新认识到军火贸易对于出口创汇、重振大国雄风的重要意义。相应地，俄罗斯的军售外交开始在恢复、调整中成型。进入到新世纪以来，俄罗斯的军售外交取得了长足的发展，成为实现其强国战略、恢复大国地位的重要支撑。展望未来，俄罗斯的军售外交虽然面临着一系列的制约因素，但如果能够把握住世界政治经济格局进一步调整的脉搏，俄罗斯的军售外交依然大有可为。

【关键词】俄罗斯 军事工业 军售外交 大国地位

【中图分类号】D83/87.512.2 【文献标识码】A 【文章编号】2095-1094(2014)02-0051-0009

自20世纪70年代起，军售外交成为苏联经济外交的一项重要内容，对苏联换取外汇、谋求国家经济利益具有重要意义。冷战结束前，苏联已经成为世界上最主要的军火出口商之一。苏联解体后，俄罗斯继承了苏联约70%的国防工业企业、80%的研制生产能力、85%的军工生产设备和90%的科技潜力<sup>①</sup>，以及两个航天发射场，绝大部分的武器设计机构和试验场<sup>②</sup>。但为了服从融入西方的总体目标，独立之初的俄罗斯军售外交并没有继承苏联时期的辉煌。20世纪90年代中期以后，俄罗斯开始谋求重振大国雄风，新时期的军售外交也随之开始成型。进入21世纪，俄罗斯形成了独具特色的军

事工业发展政策，军事工业发展逐步走上正轨，军售外交成为俄罗斯实现其强国战略、恢复大国地位的重要支撑。

## 一、苏联时期的遗产

规模庞大、品种齐全、技术领先的自主军事科研和生产体系是苏联留给俄罗斯最大的一笔经济遗

① 成键等：《春眠不觉晓——困境中复苏的俄罗斯经济》，重庆出版社2007年版，第93页。

② 相关数据参见黄如安、刘燕花、崔金伟、康荣：《俄罗斯的军事装备工业与贸易》，国防工业出版社2008年版，第27—30页、第96页。

【作者简介】孙景宇，经济学博士，南开大学经济学系副教授，转型经济理论与政策研究室副主任；刘文闻，中国人民银行哈尔滨中心支行助理经济师。

【基金项目】教育部人文社会科学一般项目《基于俄罗斯东欧实践的转型经济研究评析——发展脉络、理论创新及其借鉴意义》（项目编号：09YJA790108）、国家社会科学基金青年项目《西方经济治理理论前沿问题及其对我国市场秩序治理的借鉴意义》（项目编号：13CJL005）阶段性成果。

表1 1980—1989年苏联和美国军费开支表

年份	军费 (ME) (百万美元)		国民生产总值 (GNP) (百万美元)		财政支出 (CGE) (百万 美元)		ME/GNP (%)		ME/CGE (%)	
	苏联	美国	苏联	美国	苏联	美国	苏联	美国	苏联	美国
1980年	292 000	212 100	2 257 000	4 025 000	546 600	916 900	12.9	5.3	53.4	23.1
1981年	295 200	228 400	2 284 000	4 103 000	571 300	966 000	12.9	5.6	51.7	23.6
1982年	300 500	248 000	2 337 000	3 999 000	616 400	992 300	12.9	6.2	48.8	25.0
1983年	304 900	265 100	2 390 000	4 142 000	606 800	1 041 000	12.8	6.4	50.2	25.5
1984年	309 200	277 900	2 419 000	4 422 000	615 500	1 051 000	12.8	6.3	50.2	26.4
1985年	315 600	302 600	2 442 000	4 571 000	630 700	1 143 000	12.9	6.6	50.0	26.5
1986年	319 200	311 700	2 525 000	4 696 000	680 300	1 149 000	12.6	6.6	46.9	27.1
1987年	325 900	309 900	2 574 000	4 857 000	709 900	1 137 000	12.7	6.4	45.9	27.2
1988年	330 900	305 100	2 630 000	5 073 000	712 500	1 164 000	12.6	6.0	46.4	26.2
1989年	311 000	304 100	2 664 000	5 201 000	680 000	1 190 000	11.7	5.8	45.7	25.5

注：表中 ME、GNP、CGE 的数值都是采用 1989 年的美元不变价格

资料来源：USACDA, World Military Expenditures and Arms Transfers 1990. 转引自黄如安、刘燕花、崔金伟、康荣：《俄罗斯的军事装备工业与贸易》，国防工业出版社 2008 年版，第 28 页

产。苏联时期，为了与美国进行全球性的战略对抗，军事工业一直处在优先发展地位。虽然苏联在鼎盛时期的国内生产总值 (GDP) 仅为美国的 70%，但苏联的军费开支却与美国不相上下，甚至在一些年份上超过美国。20 世纪 80 年代，苏联军费在国民生产总值 (GNP) 中所占比重达 12%—13%，几乎是美国的 2 倍以上，参见表 1。高额的军费开支使苏联经济呈现高度军事化的特征，军事工业产值约占苏联工业产值的 1/5，机器制造业的 1/3，化工、能源产品的 1/6，电子工业和集成电路的绝大部分以及 80% 以上的科研项目和 90% 以上的科学家、工程师直接或间接与武器装备的研制和生产有关<sup>①</sup>。如果仅从设施的数量和规模来看，苏联的军工基础处于世界首位。作为苏联的继承者，体系完善、武器装备研制门类齐全、生产能力巨大的军事科技工业体系成为俄罗斯雄厚、潜力巨大的军工生产基础，为俄罗斯在新时期开展军售外交奠定了良好的基础。

较为稳定的传统军售市场是苏联留给俄罗斯的另一项重要遗产。斯大林时期，苏联主要采取军事援助的方式向华约国家和蒙古、越南、古巴等国出口武器。赫鲁晓夫上台以后，从 20 世纪 50 年代中期开始，苏联积极涉足世界军火市场，并在短时期内迅速成为中东地区重型军火的主要供应国，埃及、伊拉克、利比亚、叙利亚、伊朗等国是其主要的武器输出国。到 20 世纪 80 年代，苏联已经超越美国成为中东地区最大的军火出口国。印度是苏联在亚洲的主要盟友，苏联从 20 世纪 60 年代起开始向印

度销售军火，随即成为印度武器的最主要提供国。到 20 世纪 70 年代，苏联对第三世界的军火出口一度超越美国。在世界军火市场上，苏联在 1980 年、1984 年和 1987 年超过美国成为当时世界第一军火巨头。整个 80 年代苏联军火出口占世界军品总出口的 35%—40%。持续的军事援助和军火出口加深了华约地区、中东地区以及亚洲相关国家在军事技术和国防工业方面对苏联的依赖，苏联赢得了较为稳定的军火销售市场，成为俄罗斯在新时期重振军售外交的良好条件。

## 二、俄罗斯新时期军售外交的形成

苏联解体后，俄罗斯开始实行激进的“休克疗法”向市场经济转型，其军火贸易也随之进入调整期。这一方面是因为，“休克疗法”使俄罗斯军事工业遭受重大冲击，生产能力急剧下降。苏联解体后，俄罗斯国内政局混乱和经济持续恶化严重影响了国防工业的发展，军工企业陷入资金短缺的困境。到 1992 年 10 月，已有 21 家军工企业停产，130 家企业濒临停产，400 家企业被迫每周开工 3—4 天，而剩下的几百家也同样面临严重的“生存危机”。在提出军工转民产的方针以后，军工企业陷入了更加混乱的状态，武器生产受到冷落<sup>②</sup>。另一方面原

<sup>①</sup> 相关数据参见黄如安、刘燕花、崔金伟、康荣：《俄罗斯的军事装备工业与贸易》，第 27—30 页、第 96 页。

<sup>②</sup> 王兰：《俄罗斯的武器出口》，载《亚太研究》1993 年第 4 期。

因在于，叶利钦政府在转型之初奉行向西方“一边倒”的外交政策，转而实行“纯防御”的军事理论，不再与美国展开军备竞赛。再加之两极世界终结之后，国际军火市场迅速萎缩，俄罗斯的军售市场也被压缩。据统计，1991—1995年的国际军火市场销售总额仅为1985—1990年的46%，绝对额减少373亿美元。而俄罗斯在世界军火市场上的地位也急剧下降，所占份额从36.1%跌至10%，远远落后于美国的45.7%<sup>①</sup>。总的来看，此时的军售服从于俄罗斯融入西方的总体目标，俄罗斯试图以妥协、退让的方式换取西方的经济援助，谋求与西方进行经济合作。

然而向西方“一边倒”的外交政策并没有使俄罗斯得到渴望的来自西方世界的经济援助。西方对俄罗斯的实际援助不仅远远小于口头上的允诺，而且贷款也往往按照市场利率提供，并且附带苛刻的条件。在这种情况下，为了解决体制转型和国民经济发展迫切需要的资金尤其是外汇问题，俄罗斯开始意识到军火贸易对于出口创汇的重要意义。1993年11月2日，在叶利钦主持的国家安全会议上通过的《俄罗斯联邦军事学说基本原则》（草案），标志着俄罗斯在新时期探索军售外交的开始。新学说将原来苏联军事学说中的两大原则即政治原则和军事原则改为三大原则，即政治原则、军事原则、军事技术和军事经济原则<sup>②</sup>。新军事学说明确指出俄罗斯开展对外军事技术合作的目标：第一，增强俄罗斯军事—政治国际地位；第二，为国家赚取国防和经济建设需要的硬通货，为军事工业转型以及军工企业的发展、武器的拆除与回收、国防企业重组筹措资金；第三，维持国家在常规性武器装备出口能力上的必要水平；第四，发展军事科学技术和以试验为基础的国防工业，维持其研究设计及组织试验方面的先进性；第五，为军工企业员工以及为研发和生产武器、军备及特别装备的企业建立和组织提供社会保障<sup>③</sup>。总之，新军事学说从指导思想突出了俄罗斯的国家利益，相应地，在军售问题上摒弃了苏联时期的意识形态决定论，以俄罗斯的国家利益特别是经济利益作为其根本出发点，注重通过军火出口增加财政收入进而推动经济复兴。另外，新军事学说更加强国家的国家利益特别是经济利益作为其根本出发点，注重通过军火出口增加财政收入进而推动经济复兴。另外，新军事学说更加强国家的主权与领土完整以及俄罗斯联邦的切身利益，而通过军火出口实现“以

军养军”，也有利于弥补军费不足，维持俄罗斯国防发展所需要的资金，支援国防建设，加快军队武器装备更新换代的步伐。正如有学者所说，在苏联解体之后的一个时期，甚至在普京的第一任期内，相对于俄罗斯每年不到100亿美元的军费来说，几十亿的军火外汇收入可谓举足轻重<sup>④</sup>。

为了给推行军售外交提供体制保障，俄罗斯从1994年开始重新加强了国家对武器出口的垄断，政府开始尝试建立军技合作垂直贸易管理体系，成立了直接对总统负责的国家武器装备和军事技术进出口公司。同年，设立了总统军事技术合作助理一职，并组建了对外军技合作委员会和军技政策跨部门协调委员会，将军火贸易的监督和管理权直接纳入总统权力核心体系之中，基本形成了“总统一政府—专营出口商—国防企业”的垂直贸易管理体系。总统在国际舞台上大力推销俄罗斯武器装备，无论是出国访问还是接见外国领导人，只要有合适的机会，总统总会亲自出马，力争促成俄罗斯武器出口<sup>⑤</sup>。俄罗斯总统叶利钦曾公开暗示“在销售武器问题上俄罗斯不必谦让”，而俄罗斯外交部也一时间成为出口军火的商业窗口和中介<sup>⑥</sup>。

苏联时期形成的传统军售市场在俄罗斯新时期军售复苏的过程中发挥了关键性的作用，俄罗斯的新时期军售外交是从巩固传统军售市场开始的。俄罗斯与埃及、伊朗、叙利亚、阿尔及利亚等中东国家有着传统的军事合作关系。新时期俄罗斯与中东国家军事技术合作的政策是，在推出对苏联时期武器装备进行现代化改造的基础上，向该地区推销先进的防空、飞行和反导武器系统。1995—1999年间，俄罗斯向中东出售武器的规模为13.96亿美元<sup>⑦</sup>。

莫斯科的传统军售地区——东欧此时仍是其武

① 转引自黄如安、刘燕花、崔金伟、康荣：《俄罗斯的军事装备工业与贸易》，第7页。

② 其中的军事技术和军事经济原则主要包括军队军事技术保障的目标与措施、武器研制的重点和方向、国防工业发展战略、俄罗斯与外国的军事技术合作等。

③ 转引自黄如安、刘燕花、崔金伟、康荣：《俄罗斯的军事装备工业与贸易》，第123页。

④ 徐向梅：《当代俄罗斯经济外交研究》，外交学院博士研究生学位论文2008年，第142页。

⑤ 同上，第144—145页。

⑥ 成键等：《春眠不觉晓——困境中复苏的俄罗斯经济》，第96页。

⑦ 黄如安、刘燕花、崔金伟、康荣：《俄罗斯的军事装备工业与贸易》，第132页。

器销售的重要市场。东欧 90% 的武器装备都是俄罗斯制造的，他们需要在俄罗斯的帮助下获得弹药和武器装备的修理、维护、保养能力，并实现装备现代化<sup>①</sup>。从 1993 年开始，俄罗斯开始恢复与东欧国家的军事技术合作关系。1995 年之后，俄罗斯政府对东欧国家开展公关工作，力图介入东欧的军事工业调整、苏制武器改造升级，提供零配件和技术服务，甚至成立合资企业共同进行军品贸易。波兰在 20 世纪 90 年代中期恢复与俄罗斯双边军事技术合作，1994 年 5 月俄罗斯与保加利亚在军事技术合作上建立了双边委员会，为国防工业的军事合作创造法律、经济和财政条件。2000 年初，俄罗斯与南斯拉夫签署了扩大军事技术合作的计划，增加对南斯拉夫的作战飞机、防空导弹等武器的出口<sup>②</sup>。

在亚洲，印度 70% 的军队现役装备是苏（俄）制造的，在军事技术及国防工业方面对俄罗斯的依赖性也非常强。在两国领导人的推动下，俄罗斯和印度签署了《俄印友好合作条约》等一系列有关军事合作协议，内容包括长期军事合作计划、国防工业合作、军火合同、现代化改造计划等内容。两国间的军事技术合作在 1994 年叶利钦总统访问新德里时达到一个新的高点。印度成为俄罗斯的最大武器采购商，整个 20 世纪 90 年代，印度每年都向俄罗斯采购高达 10 亿多美元的军火。印度 80% 的武器来自俄罗斯。1993—1996 年，俄罗斯向印度出售了数十亿美元的反坦克武器、地空导弹、通信器材、防辐射和生物化学武器等<sup>③</sup>。中国是俄罗斯在亚洲的另一个重要军火出口对象，由于欧美等国家对中国实行“军售禁令”，俄罗斯成为中国最重要的军火输出国。有数据显示，对中印两国的军售能达到俄罗斯武器出口额的 80%<sup>④</sup>。在同中国开展武器贸易的过程中，俄罗斯较早采用了许可证生产的方式，1996 年俄罗斯向中国提供了苏 -27SK 型歼击机的生产许可。根据双方协议，中国在 15 年时间内可使用俄方提供的套件生产 200 架苏 -27SK 型歼击机<sup>⑤</sup>。

在俄罗斯新时期军售外交战略中，独联体国家地位非常独特，而且极为重要。这一方面是因为独联体国家是从苏联加盟共和国中独立出来的主权国家，在武器装备方面依赖于苏制装备，因而与俄罗

斯有着天然的联系，是俄罗斯的重要武器销售市场；另一方面则是因为，原苏联有约 20% 的军工生产能力和 30% 的军工企业员工分散在乌克兰、波罗的海国家境内，而且有的武器设计单位、制造基地、发动机等配件和组装工厂都相互分割，俄罗斯和其他独联体国家都不能单独地制造某种武器装备，只有合作才能完成武器的制造和检验出厂程序<sup>⑥</sup>。因此，在俄罗斯新时期军售外交中，对独联体国家主要采取军事技术合作的方式。1992 年 3 月 20 日，8 个独联体国家签订了《独联体国家军队军备、武器装备以及其他战略物资交易及研发工作组织管理协议（草案）》，对独联体国家武器弹药供应、军事技术合作项目和其他材料的发展、武器生产、交易以及武器采购等组织管理问题做出了明确规定。1992 年 7 月 24 日，俄罗斯也通过了《关于在独联体国家进行武器装备系统生产的特别装配与交易许可证条例》，方便了与独联体国家发展国防工业间的合作。1995 年 9 月俄罗斯总统叶利钦批准了《俄罗斯联邦对独联体国家战略方针》，把发展互利经济合作视为解决同独联体国家经济关系和走出危机的重要手段。从 1996 年起，俄罗斯把对独联体各国外交作为俄罗斯外交的优先方向。在此之后，俄罗斯同独联体国家签署了一系列有关友好合作和军事援助乃至经济一体化的协议，成为俄罗斯新时期军售外交的一个重要组成部分。

总的来看，这一时期的俄罗斯军售外交战略已经成型，以服务国家的经济利益为主要目标，以独联体国家为优先方向，以巩固传统军售市场为主要内容，虽然军售外交在总体上仍处于低迷状态，但却为俄罗斯在新世纪军售外交的发展准备了条件。另外，此时的军售外交对于缓解俄罗斯的债务危机也起到了积极的作用，甚至对于东欧的匈牙利、斯洛伐克、保加利亚、捷克等一些国家的债务，俄罗

① 转引自蒋波：《俄罗斯武器出口新动态》，载《军事经济研究》1995 年第 5 期。

② 黄如安、刘燕花、崔金伟、康荣：《俄罗斯的军事装备工业与贸易》，第 125—126 页。

③ 成键等：《春眠不觉晓——困境中复苏的俄罗斯经济》，第 97 页。

④ 徐向梅：《当代俄罗斯经济外交研究》，第 142 页。

⑤ 李中海：《俄罗斯经济外交：理论与实践》，社会科学文献出版社 2011 年版，第 294 页。

⑥ 黄如安、刘燕花、崔金伟、康荣：《俄罗斯的军事装备工业与贸易》，第 124、127—128 页。

斯就是采取“以炮易钱”的方式偿还的，军售成为身处危机之中的俄罗斯的一根救命稻草。

### 三、俄罗斯新时期军售外交的发展

1999年，普京担任俄罗斯总理时就表示，他的主要目标是振兴强大的军事工业，强化武器出口，借此恢复国家经济，使俄罗斯重返经济强国的行列<sup>①</sup>。普京担任总统后迅速制定了《俄罗斯对外政策构想》，强调俄对外政策基础是“务实、经济效益、国家利益”。2000年4月，普京签署了关于批准《俄罗斯新军事学说》的命令，开始对俄罗斯的军事政策进行战略性调整，使之成为俄罗斯强国战略的重要组成部分。相应地，俄罗斯军售外交的目的也更加明确：第一，拉动经济增长。军售和能源、经贸一起，作为普京的三张“大牌”，成为赚取外汇收入的重要来源。第二，加强国防建设。与1993年军事学说相比，2000年军事学说更加强调大规模地区战争将是俄罗斯未来相当长一段时间内面临的主要战争类型，改变了过去曾认为战争的类型是局部战争和武装冲突的认识。在此背景下，2000年军事学说不再提裁军和削减军费，而是更加强调要加强和改进军队建设。而通过开展军售来改善国防，提高军工企业设备更新换代的力度，增加新武器研制经费，是俄罗斯官方及军方的基本看法。第三，与美国相抗衡，提高俄罗斯的国际影响力和控制力。与1993年军事学说相比，2000年军事学说的一个重大变化，是重新评估了国际军事政治形势，一改俄罗斯联邦成立初期不把任何国家视为敌人的认识，首次把西方描绘成俄罗斯军事安全的潜在威胁。这些威胁中包括：干涉俄联邦内部事务，无视和损害俄联邦的国际安全利益，阻挠俄成为多极世界中一个有影响的中心等等。因此，新军事学说倡导进行国际军事及军事技术合作，维护集体安全，把发展同独联体集体安全条约签约国的军事与军事技术合作放在优先位置。显然，开展军售外交可以是俄罗斯在解决国际事务中的一个讨价还价的政治筹码，有利于俄罗斯维护自己的国际形象，对国际政治经济施加影响，以打破来自美国和北约的政治挤压和军事围堵，进而重返大国行列<sup>②</sup>。法国媒体认为：“销售军火是俄罗斯外交政策的另一

个支柱。莫斯科打算以此扩大势力范围之外的接触空间，这也是同美国抗衡的绝对好办法。”日本学者则认为，“俄罗斯目前已经失去了可与美国竞争的经济实力，依靠拥有的唯一国际竞争力——提供武器，俄罗斯无疑将使影响力渗透到第三世界国家，并逐步地在建立友好国家集团方面取得成功”<sup>③</sup>。

这一时期在传统市场取得的成功，在很大程度上取决于国家对管理体制的调整。普京执政之后对军工企业做了进一步的调整，形成了总统、政府、联邦军品出口专门公司和企业构成的三级垂直管理体系，将军火贸易直接纳入国家最高政治生活。俄罗斯于2000年底合并了“俄罗斯武器公司”和“工业出口公司”，成立统一的“俄罗斯国防出口公司”。另外，普京建立了对外军事技术合作委员会（后改组为联邦军事技术合作局），对“国防出口公司”进行直接管辖，规定武器贸易资金要经国防部检查。同时成立联邦技术和出口监督局，集中执行由原经济发展和贸易部有关武器出口检查的职能。

这一时期俄罗斯的军售外交具有如下特点：

第一，向国际市场推出“拳头”武器产品，争夺军火市场。俄罗斯制定了积极的军火出口政策，把最有竞争力的军工企业全部投入国际市场，它们所生产的大约80%的武器产品都被用于出口<sup>④</sup>。甚至一些由于成本太高连俄罗斯军队没有装备或不打算装备的最先进的武器，也放在国际市场上出售。俄罗斯“战术导弹生产联合体”市场部经理甚至对媒体说，“只要有钱，什么先进武器都能搞出来”。在武器装备出口结构方面，近年来供给结构保持相对稳定，俄罗斯依然保持传统强项——空军设备的出口。通过表2可以看出，俄罗斯的空军设备出口仍占据第一位，所占比例一直在50%左右。2011年在俄罗斯出口的武器中，接到订单数量最多的是S-300防空导弹、米-17直升机、苏-30战斗机、雅克-130教练机、米格-29战斗机、米-35战斗

① 转引自陈君、王峰：《俄罗斯武器出口现状与趋势》，载《现代国家关系》2009年第2期。

② 参见王纯银、刘春阳：《俄罗斯军事政策的重大调整》，载《现代军事》2000年第8期；何学文：《评俄罗斯新军事学说》，载《现代军事》2000年第2期；徐欧：《俄罗斯新军事学说评析》，载《国防科技参考》2000年第1期。

③ 徐向梅：《当代俄罗斯经济外交研究》，第142页。

④ Фармазян Р. Экономическое обеспечение военного строительства. Мировая экономика и международные отношения, 2011, № 6.

机等。总的来看，俄罗斯空军装备出口虽有波动，但总体趋势平稳；海军设备出口的比例近年来呈下降趋势；陆军设备和防空设备等有上升趋势。

表2 俄罗斯武器装备出口种类所占比例(%)

	2004年	2006年	2008年	2009年
空军设备	60	49.9	46	50.3
海军设备	18.8	27.3	32	13.7
陆军设备	12.9	11.4	12	19
防空设备	5.8	9.2	10	13
其他(售后服务等)	2.5	2.2		4

资料来源：陈航辉、张庆中、刘杰：《俄罗斯强化武器出口的动因、举措及前景分析》，载《亚非纵横》2010年第6期

第二，亚太市场对俄罗斯的军火贸易意义重大。中国和印度是俄罗斯军火销售的主要对象，2003—2007年两国的采购量占俄武器出口总量的67%。2011年俄罗斯军火出口的重点是亚太地区，出口额达到63.24亿美元<sup>①</sup>。在空军方面，新世纪以来，在俄罗斯武器出口中占比重最大的是苏-30MK重型歼击机。从1999年开始，中国购买了100架，印度购买了50架，两国还购买了相应数量的许可证在国内进行组装。在海军装备方面，中国是俄制舰船最大的客户，1999年以来俄罗斯已经向中国出口了3艘驱逐舰、10艘潜艇和大量海基导弹。2004年，俄罗斯与印度签订了两国历史上最大的武器出口协议，印度海军签下了舰载型米格-29K的大单，用于装备印度海军的“维克拉特”号航空母舰。印度除购买了俄最新型“塔尔瓦”级护卫舰和基洛级潜艇外，还是俄反舰导弹和海基防空导弹的最大客户。在防空导弹系统和陆军武器装备方面，中国购买了俄10套C-300PMY-1型远程防空导弹。俄陆军武器装备的订单主要来自印度，印度从俄进口了700辆T-90型坦克<sup>②</sup>。普京在2007年9月14日会见“瓦尔代”国际论坛代表时表示，俄罗斯与亚太地区国家进行的军事技术合作“从经济角度上看很重要。我们卖给中国价值数十亿的武器，当然，这不仅对中国好，对我们国防工业也好。全世界都在争夺市场，这是竞争”<sup>③</sup>。

第三，大力开拓新的军火销售市场。拉丁美洲和非洲是俄罗斯新开辟的军火销售市场。2011年俄罗斯对南美（包括墨西哥）军火出口达到15.1亿美元，北非为12.7亿美元<sup>④</sup>。2007年华盛顿“西

半球问题研究理事会”的一份报告称，过去几年来，俄罗斯成了对拉美诸国最大的武器出口国，从而“正一步步把美国从以前占主导地位的拉美军火市场排挤出去”<sup>⑤</sup>。委内瑞拉政府从2005年开始购买俄罗斯武器，总价达40亿美元。2007年7月，委内瑞拉总统查韦斯访问俄罗斯期间，又达成了购买30架苏-30战斗机和30架直升机的协议。目前，委内瑞拉已经成为俄罗斯在拉丁美洲最大的军事技术合作伙伴<sup>⑥</sup>。俄罗斯还积极拓展东盟这一新兴的武器销售市场，向马来西亚、印尼、越南、孟加拉国、老挝等国家出口先进的战斗机、攻击直升机、导弹、坦克和大炮。值得注意的是，俄罗斯与美国和西欧国家的军事技术合作关系也在发展之中。2005年，英国花费280万英镑秘密购买了几十枚俄罗斯先进的地空导弹<sup>⑦</sup>。另外，美国也向俄罗斯购买了先进的航天技术。2010年，俄制米-17直升机出现在了美国五角大楼的采购单上<sup>⑧</sup>。俄罗斯还尝试向美国的盟友泰国、近邻加拿大推销武器。对新军火销售市场的开辟已经使俄罗斯军火出口的国别结构得到了改善，近年来，中国和印度在俄罗斯武器出口中所占的比重已经开始下降。

第四，区别不同武器进口国的财力和经济情况，采取灵活多样的结算方式，以提高俄罗斯武器出口的竞争力。除了单纯的出口贸易方式外，俄还采用向客户租赁、联合生产、帮助改进旧设备、建立培训中心等方式加强军品出口能力<sup>⑨</sup>。例如，在与印度的军火贸易中，俄罗斯广泛采用现金采购、补偿贸易、易货贸易相结合的多种方式，且售价大大低于西方国家。普京在2007年9月14日会见“瓦尔代”

① 《俄罗斯仍是世界第二大军火出口大国》，载俄罗斯新闻网，[http://rusnews.cn/eguoxinwen/eluosi\\_anquan/20110107/42963783.html](http://rusnews.cn/eguoxinwen/eluosi_anquan/20110107/42963783.html)

② 陈君、王峰：《俄罗斯武器出口现状与趋势》。

③ 转引自徐向梅：《当代俄罗斯经济外交研究》，第97页。

④ 引自《俄罗斯仍是世界第二大军火出口大国》。

⑤ 《俄抢占美国在拉美军火市场份额》，载俄罗斯新闻网，[http://rusnews.cn/eguoxinwen/eluosi\\_duiwai/20070322/41734169.html](http://rusnews.cn/eguoxinwen/eluosi_duiwai/20070322/41734169.html)

⑥ 李中海：《俄罗斯经济外交：理论与实践》，第293页。

⑦ 黄如安、刘燕花、崔金伟、康荣：《俄罗斯的军事装备工业与贸易》，第126页。

⑧ 陈航辉、张庆中、刘杰：《俄罗斯强化武器出口的动因、举措及前景分析》。

⑨ 高际香：《俄罗斯的军品出口》，载《俄罗斯中亚东欧市场》2007年第7期。

国际论坛代表时表示,“我们现在开始对这类交易提供贷款。我们已向印度尼西亚提供10亿美元购买武器的贷款。这与苏联时期以意识形态为标准提供武器和无偿贷款的政策毫无共同之处。这是市场的决定”<sup>①</sup>。另外,俄罗斯还着力提高军火出口的售后服务,普京上台后多次在不同场合要求俄军工企业和军火贸易企业提高售后服务质量,提高专业技术人员的职业技术水平,并通过建设新的生产企业,利用现代化的信息技术,扩大军事装备零部件的生产。同时,缩短零部件的供货时间,提高产品的质量和可靠性<sup>②</sup>。在营销手段方面,俄罗斯通过举办武器装备展览会为俄式武器装备大做广告,积极参加世界各国举办的军备展览会,广泛宣传俄制武器,提升俄罗斯军品的知名度。

总之,进入21世纪以来,哪里有武器市场,哪里就会出现俄罗斯。美国蒂尔国际预测公司的研究报告显示,目前全球有140多个国家装备了俄制武器,其中约有90个国家把俄制武器作为国防基础<sup>③</sup>。近年来,俄罗斯武器出口量占据世界第二位,出口份额约占国防军工产品企业产量的80%,这在国际上都是绝无仅有的(西方国家军工产品的70%都用于装备自己的军队)<sup>④</sup>。军售外交提高了俄罗斯的经济实力,2009年底,俄联邦军事技术合作局局长米哈伊德·德米特里耶夫表示,俄武器出口已经成为继天然气、石油、黑色金属、有色金属之后的第五大出口创汇项目<sup>⑤</sup>。俄罗斯的主要军工企业的实力不断增强,在世界军火市场的地位有了显著提升,根据斯德哥尔摩国际问题研究所报告,按照2004年的军火销售额计算,俄罗斯军工企业仅有4家进入世界前100名,名次分别为第39、49、76和89,而2009年俄罗斯已有7家军工企业进入前100名,最好排名为第18名。虽然这一水平相比苏联时期不能同日而语,但是俄罗斯军售出口实力稳步恢复却是不争的事实,目前俄罗斯已经有足够的实力保持住世界军售第二的位置,领先于英、法、德等欧洲强国。据路透社2011年3月29日报道,俄罗斯著名军事智库“战略科技分析中心”(CAST)表示,预计2014年俄罗斯武器出口将再创新高,从2011年开始至2014年,俄武器出口可能保持年均100亿美元的水平<sup>⑥</sup>。

#### 四、俄罗斯新时期军售外交的前景

从一般意义上讲,作为经济外交的军售活动具有以下两个鲜明的特点:第一,它采取经济的形式来完成外交的目的。军售活动是在政府的垄断下通过特殊渠道开展的,即使军售活动以企业间的方式来表现,也要受到政府的严格监控,因而军售活动实际上是政府对外交往的一种形式,而并不完全是一种经济行为。第二,它使经济利益成为外交活动的目的之一。相比较一般的工业产品,武器装备具有高附加值的特点,在很多情况下,政府和外交部门积极推动和促成军售活动的目的就是增加了财政收入,获取经济利益。

俄罗斯的军售外交也具有以上两个特点。纵观俄罗斯新时期军售外交的发展演变,一个明显的趋势就是其越来越显露出追求国家经济利益的目的,在销售对象方面去意识形态化,在销售内容方面积极出口高、精、尖武器装备,甚至引来俄罗斯一些国人对本国国家安全的担忧。但是应当看到的是,俄罗斯的军售外交是在政府的绝对主导下进行的,而俄罗斯的军事发展战略也在日益走向成熟。2010年2月5日,时任俄罗斯总统梅德韦杰夫签署命令颁布了最新版的《俄罗斯联邦军事学说》,这是继1993年由叶利钦签署的俄联邦军事学说和2000年由普京签署的俄罗斯联邦军事学说之后的第三版。如果说第一版摒弃了苏联时代透过意识形态多棱镜观察世界的传统做法,开始强调俄罗斯的国家利益的话,那么第二版则放弃了第一版中对西方所抱有的幻想,强调俄罗斯的军事安全所面临的威胁主要来自国外,进而突出了与美国和北约相对抗的姿态,试图把俄罗斯打造为多极世界中的一极。但作为一个“正在建立民主和巩固市场关系的过渡时期的文件”,第二版中存在一些矫枉过正的因素,比如,认为俄罗斯在未来相当长一段时间内所面临的主要

① 徐向梅:《当代俄罗斯经济外交研究》,第97页。

② 李中海:《俄罗斯经济外交:理论与实践》,第293页。

③ 转引自陈航辉、张庆中、刘杰:《俄罗斯强化武器出口的动因、举措及前景分析》。

④ Фармазян Р. Экономическое обеспечение военного строительства.

⑤ 陈航辉、张庆中、刘杰:《俄罗斯强化武器出口的动因、举措及前景分析》。

⑥ 《俄智库:中国国防工业已经迎来自己的春天》,载《莫斯科华人报》2011年3月31日, <http://renmin-hotel.com/news/list.asp?unid=8507>

战争是大规模的地区战争，而不是过去曾认为的局部战争和武装冲突。再如，提出了先发核打击战略，大大放宽了核武器使用的限制。第三版作为俄联邦最重要的战略规划性文件之一，则更加客观地评价了当前的局势。比如，明确北约东扩是俄罗斯面临的主要军事危险之一，但放弃了先发核打击战略，转而强调在俄罗斯受到常规武器的侵略、国家生存受到威胁时保留使用核武器进行还击的权利。再如，在未来战争问题上也放弃了世界大战的提法。与此相对应，在军事经济保障方面，如果说第二版在把重点放在对“休克疗法”所造成的冲击的调整方面，主要强调为军事组织提供财政保障，满足确保俄罗斯军事安全所需要的武器、装备和物资方面，那么第三版则从更长远的视角阐述了国防工业的发展方向和重点，大力加强高科技武器装备的建设。显然，随着俄罗斯新时期军事发展战略的日益成熟和完善，俄罗斯军售外交的指导思想不会出现大的偏差，更不会出现失控的局面，因而，在可预见的将来，俄罗斯的军售外交依然会比较活跃。

然而应当看到的是，俄罗斯新时期军售外交的发展是全球政治军事格局调整和再平衡的结果。冷战结束后，美国在推行单边主义的同时出于政治和军事上的目的，对亚洲和中东地区的一些国家实行武器禁售，这为俄罗斯的军售活动留出了空间。亚洲的印度和中国之所以是俄罗斯武器装备的最大买家，一方面是由于苏联时期所形成的路径依赖。而能够搭上中印这两个大国经济崛起的顺风车，也是俄罗斯新时期军售取得成就的主要原因。因而俄罗斯军售外交的发展得益于世界政治经济格局的调整，也得益于美国和西欧国家的武器禁售命令。而事实上俄罗斯销售的武器装备主要以传统武器为主，在世界军火市场上的竞争力主要来自于低廉的价格、操作和保养的简单便利，在技术水平和售后服务方面都不占优势，更不符合世界武器装备发展的信息化趋势<sup>①</sup>。据斯德哥尔摩国际和平研究所统计，近5年军用商品销售规模同比增加了22%，航空技术装备占总销售额的1/3。南美和东南亚国家的采购量大幅增加。与此同时，出口国正在重新瓜分市场。销售额居前列的国家是美国、俄罗斯、德国、法国。美国保持了原来的水平，而俄罗斯下降7%，

德国增长1倍，法国增长30%，英国减少17%。除德国外，第一集团中还应加上以色列、西班牙和意大利<sup>②</sup>。可见，在军售领域，俄罗斯面对的国际竞争日益激烈，美国在军售领域遥遥领先，俄罗斯无法匹敌；法、德、英等欧洲国家是与俄罗斯实力相当的竞争者，但法、德、英等国综合国力强大，并以欧盟为靠山优势互补，发展势头良好，大有超越俄罗斯之势；中国、印度等在该领域不断崛起，已经对俄罗斯的低端武器出口市场发起冲击，抢占了部分俄罗斯武器出口市场。

近年来，俄罗斯传统军售市场风波不断。在利比亚战争中，俄罗斯不但失去了这个稳定的军售市场，造成军火交易损失约45亿美元，而且由于在战争中法国“阵风”战斗机大展身手，2012年法国在印度军备采购中竞标获胜，达成了126架“阵风”战斗机总值达110亿美元的大单，俄制“苏-35”战斗机落败，而之前印度空军一直装备的是俄制“苏-30”战斗机。目前，俄罗斯的传统军售市场正在不断受到打击和蚕食，给俄罗斯未来的军火贸易增加了不确定性。

展望未来，2008年国际金融危机之后，世界政治经济格局进入到深刻的调整期，美国的地位在削弱，与此同时世界部分地区局势不稳、社会动荡不安，反恐任务依然严峻。在这个过程中，军售活动会受到许多产品竞争力之外因素的影响，因而在可预见的未来，各种力量的此消彼长使军售外交的作用空间加大。俄罗斯的军售外交已经在世界政治经济格局的调整过程中再现光芒，如果能够把握住世界政治经济格局进一步调整的脉搏，俄罗斯的军售外交依然大有可为。

（责任编辑 李淑华）

<sup>①</sup> 据俄罗斯的《独立报》报道，俄罗斯军工企业的生产设备普遍老化，生产数字化、自动化程度很低，很多企业里最基本的生产设备，包括车床等早已达到了报废年限，现在车床的使用年龄普遍超过30年。加之很多重要的科研成果在90年代流失，苏联原有的科研联系和集体研发因苏联解体而中断。俄罗斯军工企业失去了持续有效的研发能力，苏联时期上马的一些科研项目也被迫中断或彻底流产。近几年来，俄罗斯大多数军用技术成果只局限于改装20世纪70—80年代生产的产品，远远落后于西方主要军火生产国的军事科研成果。转引自刘燕花：《俄罗斯军火贸易危机探析》，载《企业家天地下半月刊》（理论版）2008年第7期。

<sup>②</sup> Виктор Мясников. Пекин занимает чужое место на мировом рынке ВВТ практически без боя // Независимое военное обозрение, 2010-07-16.



## The Formation, Development and Prospect of Russian Arms Sale Diplomacy in the New Period

SUN Jingyu, LIU Wenwen

**Abstract:** After the collapse of the Soviet Union, Russia inherited most of the military research and development and production capacity. But at the beginning of the independence, it did not reach the glory of the Soviet arms sales. In the mid-1990s, Russia recognized the significance of the arms trade to export and revive of country glory. Accordingly, Russian arms sales began forming in the recovery and adjustment. In the new century, the Russian arms sales diplomacy had great development, achieved its great power strategy and restored its superpower status. Looking forward to the future, the Russian arms sales diplomacy facing a series of factors, but if they can seize the pulse of the world political and economic pattern and made further adjustment, Russian arms sales diplomacy still promising.

**Keywords:** Russia; military industry; arms sale diplomacy; superpower status

## Формирование и перспективы развития российского оружейного экспорта в 21-м веке

Сунь Цзинъюй, Лю Вэньвэнь

**【Аннотация】** После распада СССР Россия унаследовала большую часть советской оборонной промышленности. В первые годы независимости Россия потеряла лидерство на международном рынке оружия, однако, уже в середине 90-х гг. 20-го столетия Россия вновь осознала, что торговля оружием способствует притоку иностранной валюты и восстановлению статуса великой державы. Происходит возобновление и регулирование внешних отношений по поставкам вооружения и военной техники. В 21-м веке России удалось значительно расширить свое присутствие на мировых рынках, торговля оружием стала важной поддержкой реализации стратегии укрепления России как великой державы, повышения ее стратегической мощи. В будущем российский оружейный экспорт может столкнуться с рядом сдерживающих факторов, однако, если Россия сможет быстро уловить пульс дальнейшего регулирования мировой политической и экономической ситуации, то вполне возможно, что Россия сохранит свои позиции на мировом рынке вооружений.

**【Ключевые слова】** Россия; оборонная промышленность; торговля оружием; статус великой державы