

白山黑水间,巧用“铁蹄”战倭寇

小时候读课文,经常看到鞭笞日寇的两句话,“武装到牙齿的鬼子”“鬼子的铁蹄”。牙齿按下不表,今天只说铁蹄。事实上,这个铁蹄还真有所指,那就是日本鬼子的军鞋。

半个月工资一双鞋

日本鬼子穿皮鞋的历史是从1868年明治维新开始的,在此之前无论武士还是平民,要么穿木屐,要么干脆光脚,这也算“我日本自有国情”。

国情到了“黑船来航”,就不能持续下去了,日本人开始接受包括皮鞋在内的舶来品。

不过当时皮鞋对于日本百姓还是太奢侈,普及还是在军队,毕竟行军打仗决定了草鞋或者赤脚行不通。

明治三年举行的大规模军事演习中,有不少士兵是这辈子第一次穿上皮鞋。

不过由于历史惯性原因,皮鞋在日军中的推行还是经历了一些时间,西南战争时期还有不少士兵不习惯穿皮鞋而穿着草鞋上战场。

此后日军西化的速度加快,皮鞋就成了制式装备,我们在现在看到的八国联军侵华时的日本兵,以及日俄战争时期的日军照片,要么是穿高筒靴的军官或者骑兵,要么是穿着皮鞋打着绑腿的步兵。

通过几次战争,日军摸索出适合士兵穿的皮鞋,也就是高腰军靴,称为“编上靴”(见图)。

从明治到昭和,日军的装备几经更新,1930年也就是昭和五年,他们的军靴也换成了“昭和五年式编上靴”,简称为“昭五军靴”,直到1945年战败,步兵一般都穿它,这种军靴也就成了前面提到的“侵略者的铁蹄”。

昭和五年式编上靴用牛皮制成,前脚掌有36颗钢钉,后脚掌有J型马掌铁鞋跟和防滑钢钉,以此提高抓地力,当踩踏地面时会发出响亮声音,极具辨识度。

为了防水,军靴要么经过打蜡处理,要么在表面做成翻毛质地。这样的一双军靴自然造价不菲,其售价接近两日元,当时日本士兵的工资也就一个月四日元。

俗话说一分价钱一分货,这昭五式军靴质量就是好,日军不但穿着它跋山涉水,还拿来有别的用途,比如九七式手雷要求在投掷前往硬物上磕一下,这昭五式军靴足够硬,往往就被日军拿来磕手雷。

而这鞋如此之硬,应用最广泛的场合当然是体罚,老兵虐待新兵,就用这军靴抽耳光,把下颌骨都击碎了。

沦陷区的民众也有不少痛苦的回忆跟这军靴有关,有河南农民在1944年被日军强行征调修路,往往抬腿就是一脚,踢得人头破血流——这昭五式军靴被形容为“侵略者的铁蹄”,一点都不过分。

牛蹄子分趾橡胶鞋

除了昭五式军靴,日军普遍穿着的还有一种分趾橡胶鞋,用于涉水等场合。



中国军民形象地把这种鞋叫做“牛蹄子分趾橡胶鞋”。

“牛蹄子分趾橡胶鞋”的出现,与日本人从小穿木屐有关。木屐的鞋襻在脚趾间固定,长期穿木屐会造成大脚趾与其他四趾分得很开。这也成为在战场上区分中国军人和日本鬼子的关键“特征”。

事实上,中国军队也经常根据日军常穿分趾鞋的细节来进行分辨。

1938年10月,中国军队在德安万家岭痛击日军第106师团。1940年出版的《德安万家岭大捷回忆》收录《唐师长万家岭战场目睹记》,记述了141师师长唐永良于战役次年在故地的见闻:“围绕着雷鸣鼓刘村都是敌人的坟墓,人骨、马骨……土中还露出几双倭兵的胶皮鞋——特别样式的胶皮鞋,一个大脚趾与余四个脚趾分开的胶皮鞋。”

分趾鞋的独特标识,帮助唐永良师长分析了日军的损失情况,进而得出了“我们抗战三年,歼日寇如此之多,除万家岭外,实不多见”。

曾任八路军总部参谋的夏纳,在回忆文章《左权同志殉国的日期及地点》中追忆十字岭战斗战前情况时,提到:……我发现路上脚印很密,低头细看,只见除了大马蹄印,尽是日军的鞋尖开叉的胶鞋印(牛蹄鞋)……

1941年底的第三次长沙会战时,中国军队曾缴获日军

一批机密作战文件。

据记载,薛岳看见这批文件之后,“曾拍案曰:‘虽仅一纸之轻,然较万挺机枪尤重’”。

因为在这批机密文件中,有一份日军《关于加号作战装备要领之指示》(日军第11军1941年7月前后制订,在长沙进攻作战的计划)。

在这份规定“装备要领”的文件里,日军的“穿用被服”项目单独列出了“防雨外套及私人分趾跑鞋一对携行”,分趾鞋与雨季作战必须携带的防雨外套并列。

机密文件之中另有《关于鹰林部队装备之指示》(日军第6师团第13联队第3大队。该大队大队长鹰林正被击毙),该文件第一项的内容“服装”仅一句话:“军服(必须携带日本式分趾鞋)”。

日军这一份军令之中,分趾鞋更被放在了与军服同样关键的地位。

亲历过抗战的一些作家,也将“牛蹄子鞋”作为真实历史细节写进其文学作品中,曾任冀中军区政治部宣传科长的王前,在其“追忆”一书的“珍惜”也与雪地里不得不依靠胶鞋的防水性能有关。为了确保雪地行军不因为冻伤脚而影响战斗力,“水袜子”胶鞋和棉衣、火柴等一样,成为抗联在冬季最关注的军用物资。抗联常常委托地下党购买“水袜子”送到游击区。例如,镜泊湖地区的地下党员官焕卿,“仅1940年春秋两季”即通过地下秘密交通线,给抗联运送“水袜子”胶鞋“50双以上”。

为我所用,迷惑日军

日本人穿着木屐时,常穿一种称之为“足袋”的袜子。

为了让木屐的鞋襻可以固定在脚趾间,足袋也是将大脚趾和其余四个脚趾分开的分趾袜。据载,作为分趾鞋的牛蹄子鞋,其最早出现就是把胶底贴到分趾袜底下,再加上鞋面制造而成的。

从袜子到鞋的演变,使分趾鞋在日语中有从“足袋”演化过来的名称——“地下足袋”,也使分趾鞋在中国有另一个别称——“水袜子”。分趾胶鞋可以防水,此名称意指可以下水穿的“袜子”。

可见,分趾鞋是为穿惯了木屐的人准备的,很不适宜大部分没有穿木屐习惯的中国人。

苏北沦陷区穿过分趾鞋的居民徐一鸣就有这样的回



忆:“牛蹄子鞋,胶底,黑帆布深筒,大脚趾和其他四个脚趾分成两部分,当中有叉隔开。脚趾卡得痛,不好走路。”

在艰苦的抗战年代,敌后坚持抗战的军民,处在“没有枪、没有炮,敌人给我们造”的局面中。分趾鞋虽有些不合脚,但它毕竟是一种胶底鞋,与我军士兵穿的布鞋和草鞋比起来,云泥之别,所以,我军在缴获后将之作为军鞋使用。

特别是战斗在东北的抗联官兵,对这种胶鞋更为重视。在冰天雪地中转战,鞋里一旦灌了雪,化了之后会冻脚。可以防水的“水袜子”胶鞋(分趾胶鞋),无疑有助于在雪地转战。

1938年冬天,抗联3军4师32团在黑龙江宝清县山区的日军包围圈里坚持抗战,官兵们鞋子匮乏,团长李明顺回忆,“团政委于保合是穿一双露了脚趾的‘水袜子’。”

有关抗联的回忆中,在分趾鞋已穿到开裂的情况下仍舍不得丢弃的不止此一例,这样的“珍惜”也与雪地里不得不依靠胶鞋的防水性能有关。为了确保雪地行军不因为冻伤脚而影响战斗力,“水袜子”胶鞋和棉衣、火柴等一样,成为抗联在冬季最关注的军用物资。抗联常常委托地下党购买“水袜子”送到游击区。例如,镜泊湖地区的地下党员官焕卿,“仅1940年春秋两季”即通过地下秘密交通线,给抗联运送“水袜子”胶鞋“50双以上”。

此外,我军也有整支部队穿分趾鞋的情况,甚至作为迷惑日军的战术。

1938年冬季,抗联将领周保中率部在雪地里突围,“走到第一道包围圈时,就踩着敌人走过的脚印走。由于和敌人穿同样的鞋,都是穿的‘水袜子’,敌人不易从脚印上发现问题”。

在艰难困苦的抗战岁月里,带有日军特色的分趾鞋,也踩出了我军通往最后胜利的一行行足迹。

(综合《你所不知道的抗日细节》、海泛舟客户端、百度百科等)

歼-10战机改变中国军队和军工能力全球印象

5月20日开幕的马来西亚兰卡威航展上,全球航空强国纷纷拿出了自家的顶级装备。中国展台上占据C位的是近期在实战中一鸣惊人的歼-10CE战斗机(歼-10C外销型号),引得国外军政代表团和观众纷纷前来参观。

中国军事专家张学峰介绍说,在研制歼-10的过程中,中国首次完全从无到有地完成了现代战斗机的设计和制造全流程,锻炼出一支有经验的战斗机型号设计团队,从此让中国战斗机的设计迈向自由王国。通过歼-10的研制,我国掌握了先进战斗机气动

布局技术,突破了全权限三轴四余度数字式电传飞控系统技术,带动了先进涡扇发动机的研制,首次开发了高度综合化、数字化的航电系统,提高了综合作战效能;建立了以数控加工、复合材料构建、钛合金制造为代表的新一代飞机制造体系。5月20日马来西亚兰卡威航展开幕,歼-10CE备受关注,歼-10CE模型成为中国展区的“流量担当”。在开展当天,来自马来西亚、柬埔寨、老挝、泰国、越南等国家和地区的20多个军政代表团密集到访中国展台,并开展深入交流。

中国出口战机海外经典战例

据央视新闻5月17日报道,近日,我国外销型战机歼-10CE首次取得了实战战果,在空中逐一击落多架敌机,自己无一损失。歼-10CE只是我国出口战机中的一种,其他型号的出口战机在国外也有不少实战例子,不少战例至今仍被津津乐道。

歼-6战斗机45秒击落两架敌机

歼-6可以说是一款几乎家喻户晓的战斗机。该机是上世纪50年代,中国沈阳飞机制造厂根据米格-19仿制而来的单座双发超音速战斗机,整体性能水平属于第一代战斗机,原型机于1958年12月首次试飞,1960年投入批量生产,是上世纪60年代至70年代中国空军的主力战斗机,也是那个年代外贸和军援的重要机型。上世纪60年代,巴基斯坦选择了中国歼-6。1965年12月,歼-6战机正式交付巴基斯坦空军,最多时装备数量达253架。

歼-6战机参加了多场印巴战争和军事冲突,为保卫巴基斯坦领空立下了汗马功劳。在第三次印巴战争中,歼-6总共出动945架次,在空中战中,击伤、击落印度空军12架,自己仅损失3架,表现优异。

在这次战争中,最著名的空战战例是巴基斯坦空军飞行员哈斯米中校创造的45秒击落两架印度苏-7战机的战绩。1971年12月8日,六架印度空军的苏-7战斗轰炸机准备偷袭巴空军里萨勒瓦拉基地,哈斯米中校驾驶歼-6迅速升空拦截,首先用“响尾蛇”

空空导弹击落了一架苏-7战机,随后用机炮将第二架苏-7战机击落,用时45秒,创造了巴空战史上的一项纪录。

歼-7极限情况击落低空飞机 歼-7战斗机是中国航空工业的经典之作,在米格-21战斗机基础上仿制而来,1966年1月17日首飞,由此我国跻身二代机自主生产国行列。从上世纪60年代末起至本世纪初,歼-7发展了20多个改进型号,并出口到近20个国家,出口数量更是达到约600架。

歼-7战斗机的海外征战史中比较著名的是斯里兰卡空军使用歼-7GS战斗机击落猛虎组织飞机的战例。

2008年9月9日3时31分,两架不明身份的飞机飞了过来,斯里兰卡空军通过雷达显示和情报判断,认为这是两架猛虎组织的“兹林”143轻型飞机改装的“轰炸机”。斯里兰卡空军第5战斗机中队的3架歼-7GS奉命升空进行拦截。此时2架“兹林”143飞机试图飞临斯空军基地上空投掷炸弹。

歼-7GS打开雷达搜索逃窜的敌机,2架敌机非常狡猾,采取500米高度低空飞行,试图躲过歼-7GS雷达的搜索。但斯空军歼-7GS飞机发现了这架飞机,并发射导弹攻击,几秒钟后,导弹精准命中敌机,敌机凌空爆炸。这既是斯里兰卡空军战机首次空战胜利,也是歼-7GS和中国出口的霹雳-5E II导弹第一次在海外实战战果。(据澎湃新闻5.21)

此前西方专家戴着有色眼镜评价歼-10时的习惯性说法是“虽然纸面数据好,但缺乏实战经验”。近日,各大国内外媒体持续关注“中国外销型战机歼-10CE首次取得实战战果”的消息。英国《金融时报》评价称:“歼-10首飞近30年后终于经历战火洗礼,而且经受住了考验。”

张学峰表示,以歼-10为代表的中国先进战斗机参与国际竞争,正凭借多个优势改变全球军工格局。首先,中国战斗机的性价比高。例如,法国出口给印度的“阵风”战斗机,连带备件、培训等配套服

务,单价已超过2亿美元,非常昂贵。相比之下,中国战斗机在性能相当的情况下,价格更友好。中国还可以根据对方情况提供不同价位的方案,满足不同国家的需求。其次,以往提到中国战斗机时,外界的印象是性价比高,如今歼-10CE凭借实战经验,充分证明了自身实战能力。第三,中国还能够成体系地出口武器装备,包括多型先进战斗机、各种机载武器。此外,中国还可以提供预警机以及配套的数据链,实现整个作战体系的信息化改造。(摘自《环球时报》5.22)

中国反隐身雷达全球领先

在近期的几次局部冲突中,以雷达技术为代表的电磁领域争夺战成为决定战场胜负的关键因素。5月17日至19日,第十一届世界雷达博览会(简称“雷达展”)在合肥举行。记者在现场探访了中国展出的具备全球领先水平的雷达技术。

作为中国雷达装备的明星产品,今年中国电子科技集团(简称“中国电科”)推出了多型反隐身雷达。其中就包括全新一代米波反隐身雷达——JY-27V高机动米波警戒雷达、YLC-8E UHF波段三坐标警戒雷达。该雷达集合高精度传感设备,具备天线车的自动架设与撤收功能,能够执行对隐身飞机的远程预警探测任务,具备反隐身能力强、机动性高、抗干扰能力强、可靠性高以及可维护性好等诸多优势。

这次雷达展还推出多型被动式无源探测雷达。该雷达不主动发射雷达波,而是利用广播调频、数字电视信号作为照射源,通过接收飞行器反射的雷达波来精准探测其行

踪。展出的JY-50外辐射源雷达具备两大显著优势。其一,生存能力强。因其不主动发射电磁波,难以被传统的电磁侦察手段锁定。其二,反隐身能力突出。JY-50正是凭借接收隐身飞机反射的电磁信号,实现了对隐身飞机的有效探测,展现出强大的反隐身能力。

此外,在激烈的炮战中,快速定位对手位置并发动反击,成为决定胜负的关键。在这方面,中国电科14所推出的SLC-2E武器定位雷达堪称“战场快反部队”,它能够远距离探测对方发射的炮弹,进而根据其飞行轨迹定位对手火炮位置并引导我方火力反击。SLC-2E雷达具备炮位侦察和防空监视等功能,可对360度范围内多类型重点威胁目标进行预警探测,作战对象包括各类炮弹、战术飞机、无人机、直升机等,技术达到国际先进水平。SLC-2E凭借更为先进的设计理念,是真正意义上的多功能武器定位雷达。(综合环球网、新浪网)

全新“酸枣仁”关爱睡眠质量 仅需5块5

2024年上市的好产品——“酸枣仁γ-氨基丁酸”重磅登场!作为电视畅销品,希望您为您带来舒适的睡眠体验,愿您不焦虑不烦躁,睡得香甜。

营养补得好,自然睡得香

酸枣仁、γ-氨基丁酸、茶氨酸堪称“身体营养库”的黄金三宝。酸枣仁与茶氨酸,巧妙搭配γ-氨基丁酸,再加上百合、莲子等天然植物,优质产品高浓缩、高含量。

源自陕西秦岭山脉的药用同源野生酸枣仁,富含酸枣仁皂甙,以及钙、铁、锌、硒等多种微量元素,能够帮您补充身体所需营养。γ-氨基丁酸素有“心灵维生素”的美誉,可舒缓情绪,呵护身心,舒畅的心情更有利于安然入眠。茶氨酸则有助于心情平和,从而睡得香甜。

“酸枣仁γ-氨基丁酸”凝胶糖果”祝您香甜入眠,一觉酣睡到天亮。

睡眠养精蓄锐 醒后神清气爽 感恩优惠,仅需5块5

电视畅销产品,今日体验仅需5块5。每天前20名打进热线加1元再免费2盒,活动结束后恢复市场价每盒99元,活动仅限7天。安徽康康药业有限公司 广告食品生产许可证编号:SC13034122130939 本品不可代替药品

益康康 订购热线 4008-559-566