

中国人怎么看改革，怎么看民主，怎么看爱国主义，怎么看学雷锋运动，以及我们的公众怎么看中美关系，怎么看南海摩擦，这些能做调查并对外公布吗？还有更敏感的，围绕“人权”中外近两年冲突加剧，中东爆发“阿拉伯之春”运动后，西方不断有人预言中国将发生“革命”，对这一切，中国人又是怎么看的呢？我们能采集到这些意见并把它们在环球时报刊登出来吗？

这本书就是我们的回答。这些看似“有风险”的调查，我们一个又一个真的去做了。我们的很多调查惊动了中国舆论，也惊动了世界舆论。

我认为，搞这些“敏感的”公众意见调查，环球舆情调查中心只是迈出了第一步。这一步对开拓中国舆情调查和媒体报道的空间，都很有意义。对一些“敏感话题”在中国舆论中“脱敏”，也有积极意义。

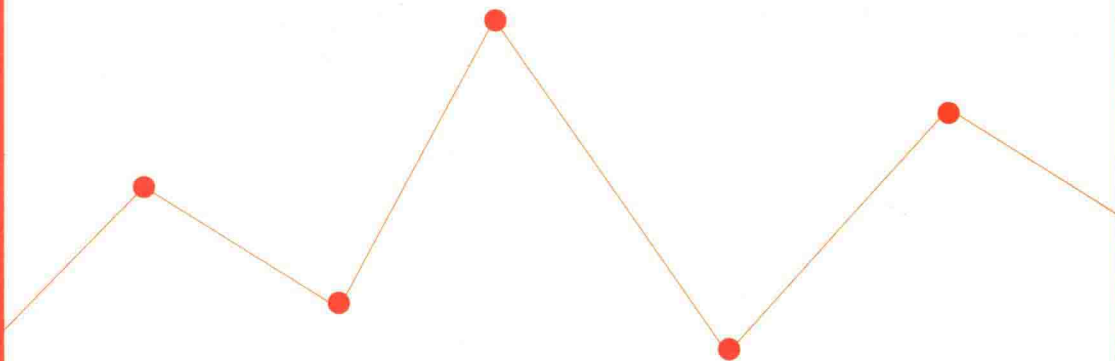
——环球时报总编辑 胡锦涛

# CHINESE PUBLIC OPINION SURVEY

# 中国民意调查

## 第三辑

环球舆情调查中心◎主编



**中国民众如何看：**■中国未来■军费增长■京张联手申冬奥■设立防空识别区

■安倍晋三参拜靖国神社 **中日韩三国企业家如何看：**■三国经济合作前景

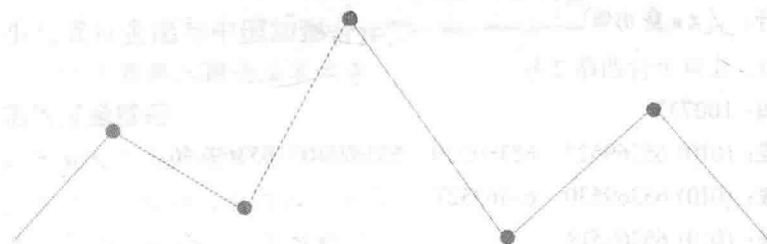
**两岸民众如何看：**■南海争端 **世界各国如何看：**■中国力量

人民日报出版社

# CHINESE PUBLIC OPINION SURVEY 中国民意调查

第三辑

环球舆情调查中心◎主编



人民日报出版社

## 图书在版编目 (CIP) 数据

中国民意调查. 第3辑 / 环球舆情调查中心主编. —北京: 人民日报出版社, 2014.8

ISBN 978-7-5115-2728-8

I. ①中… II. ①环… III. ①民意测验 (人文区位学)

—社会调查—中国—2013 ~ 2014 IV. ①D668

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 183270 号

书 名: 中国民意调查

主 编: 环球舆情调查中心

---

出 版 人: 董 伟

责任编辑: 周海燕

版式设计: 艺和天下

---

出版发行: 人民日报出版社

社 址: 北京金台西路2号

邮政编码: 100733

发行热线: (010) 65369527 65369509 65369510 65369846

邮购热线: (010) 65369530 65363527

编辑热线: (010) 65369518

网 址: [www.peopledailypress.com](http://www.peopledailypress.com)

经 销: 新华书店

印 刷: 北京鑫瑞兴印刷有限公司

---

开 本: 710mm×1000mm 1/16

字 数: 558千字

印 张: 29.5

版 次: 2014年8月第1版 2014年8月第1次印刷

---

书 号: ISBN 978-7-5115-2728-8

定 价: 58.00元

# 目 录

## CONTENTS

### 一 环球对望：中国信心与世界印象

#### 世界看到“自信强大”的中国

——2013 中国国际形象与国际影响力全球调查 /002

#### 相关文章链接

大国关系调整，中国安全局势变复杂 /055

世界格局转型期，中国应有大胸怀 /058

东海摩擦，中日距战争有多远 /061

澳民调：民众对中国的热情是 54 度 /065

#### 逾七成日企愿与中国加强合作

——中日韩三国企业家调查 /067

#### 相关文章链接

近三成日企称中日交恶影响生意 /091

皮尤调查：中韩八成国民“厌日” /091

智库为中日韩产业竞争力排名 /095

#### 2013，“钓鱼岛争端”给人印象最深

——全国七城市调查“中国人如何看世界” /096

#### 相关文章链接

中国很强大，但仍不够自信 /163

国际关系进入“云时代” /165

中国的苦恼：日益被视为头号强国 /167

#### 四成受访者认为中美是朋友

——中美关系公众意见调查 /168

## 相关文章链接

- 习奥聚焦“新型大国关系” /180  
美媒：中美建“新型关系”，很难 /184  
美民调：1/5 民众视中国为“头号敌人” /185

## 媒体误读加重中印“沟通赤字”

- 中印媒体相互报道现状监测分析 /187

## 相关文章链接

- 中印携手，印媒欢呼并警惕着 /196  
媒体要促进中印文化交流合作 /197  
中印媒体人围绕热点坦诚对话 /199

## 国家安全：两岸大局与周边情势

### 中朝边境居民最担心半岛开战

- 2013 中朝边境百姓对朝鲜半岛局势的看法调查 /202

## 相关文章链接

- 朝鲜半岛风急，中国更需战略定力 /222  
世界担心朝鲜半岛失控 /223  
朝鲜半岛纪念停战 60 年 /227

### 两岸民众支持联手施压菲律宾

- 菲律宾枪击台湾渔船两岸民意调查 /232

## 相关文章链接

- 大陆强硬反制菲律宾在情在理 /247  
两岸一定要做到让菲律宾正式道歉 /248  
台湾恼火等待菲律宾道歉 /249

### 设立防空识别区有利钓鱼岛局势

- 设立防空识别区公众认知调查 /253

## 相关文章链接

- 挑战中国防空识别区，日本在过嘴瘾 /262  
美日非议中国防空识别区 /263  
“防空识别区”成蓝绿交锋新战场 /266

## 74.6% 受访者倾向对日强硬反制

——安倍晋三参拜靖国神社国内公众态度调查

/269

### 相关文章链接

中日进入“冷对抗”，缓和不需要

/281

安倍支持率急降十个点

/282

将安倍列入“不受欢迎的人”黑名单

/283

## 三 民众信心：公众关注与民生期待

民众最期望建成小康社会

——2013 中国人期待调查

/286

### 相关文章链接

反腐败是中国政治稳定压舱石

/306

中国人的收入差距被夸大了

/307

中国经济进入绿色民生版阶段

/308

七成民众最关心两会民生议题

——全国两会前公众关注与期待调查

/311

### 相关文章链接

两会，让意见响起来，让主题坚持住

/323

世界借两会审视中国

/324

近九成民众对中国未来有信心

——2013 年两会结束后公众意见调查

/328

### 相关文章链接

日媒：中国民众为何高度信任政府

/340

新风吹动中国，社会信心可贵

/341

全球民调：中国青年对未来最乐观

/342

九成民众认为未来 10 年中国稳定

——中国国家发展民众预期调查 2013

/344

### 相关文章链接

“发展才是硬道理”仍应是中国座右铭

/374

英国公司发布“中国梦”调查报告

/375

中国今天的国家道路是金不换的

/376

## 中外对三中全会期待高

### ——十八届三中全会公众态度调查

/378

#### 相关文章链接

聚焦三中全会，绘制改革新蓝图

/393

三中全会将为全体中国人创造机会

/396

改革能力的竞争决定大国兴衰

/397

## 四 公共政策：公共利益与价值判断

### 九成受访者 支持京张申冬奥

#### ——北京和张家口申办冬奥会公众态度调查

/402

#### 相关文章链接

俄索契冬奥会遭抵制浪潮

/412

北京申办冬奥会再成热点

/415

京张申冬奥在索契引热议

/417

### 近七成人赞成雾霾天北京单双号限行

#### ——关于北京市重度污染的公众意见调查

/420

#### 相关文章链接

大雾霾又一次把中国推到镜子前

/429

北京雾霾，吓走多少外国人

/430

韩日抱怨“遭中国雾霾入侵”

/434

### 近八成民众支持增军费

#### 相关文章链接

中国安全需要 10.7% 的军费增长

/439

中国军费 2015 年赶上美国

/440

中国军费增幅不必看西方脸色

/441

### 超半数内地民众不支持引渡斯诺登

#### ——斯诺登事件公众意见调查

/443

#### 相关文章链接

斯诺登的揭秘涉及中国国家利益

/455

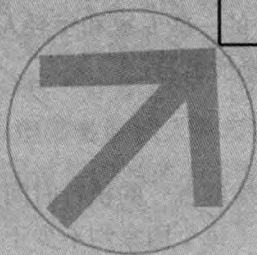
半数香港人拒交斯诺登

/456

世界公众不愿看到斯诺登遭厄运

/460

## 环球对望：中国信心与世界印象



- 30.3% 的国外受访者认为用“自信”形容中国的国际形象最为恰当
- 近八成国外受访者对中国持正面或中立态度
- 国外受访者认为未来 10 年亚洲事务中最具影响的国家依次是中国、美国、日本
- 逾七成日本企业家愿与中国企业加强合作，但多数中国企业家表示不愿意
- 57.6% 的受访者“看好”中美关系未来的发展趋势
- 近八成受访者肯定中美元首“庄园会晤”对中美关系的积极影响

# 世界看到“自信强大”的中国

## ——2013 中国国际形象与国际影响力全球调查

如果从普通民意，特别是外国人的角度看，中国在世界范围内的影响力和国家形象到底如何？12月7日，《环球时报》所属环球舆情调查中心发布的全球调查显示，30.3%的国外受访者认为用“自信”形容中国的国际形象最为恰当；60.0%的受访者认为中国“已是世界性强国”……这项调查主题为“2013 中国国际形象与国际影响力全球调查”，是国内首次由媒体机构在全球范围开展的时政类调查。调查在6个大洲共14个国家的普通居民中进行，包括美国、巴西、英国、俄罗斯、日本、韩国、印度、哈萨克斯坦、菲律宾、越南、澳大利亚、肯尼亚、南非和中国<sup>①</sup>。国内外的一些专家和年轻人都认为调查“比较客观”，并为中国塑造更好的国际形象畅所欲言。

### 中国自信强硬但不傲慢

“2013 中国国际形象与国际影响力全球调查”的执行时间为11月11日至11月26日，最终回收有效问卷14483份（每个国家均不少于1000份）。本项调查的对象是上述14个国家的18周岁以上的普通居民。这14个国家既包含“金砖五国”，也包含与中国有领土争端问题的周边国家，同时兼顾了发达国家和发展中国家的比例。调查显示，“自信的”、“崇尚军事的”和“复杂的”是国外受访者眼中中国最突出的形象，分别占30.3%、29.4%、28.1，认为中国是“强硬的”、“傲慢的”、“合作的”也分别约占25%，认为中国是“爱好和平的”只占13.3%。而“勤俭节约”、“家庭观念重”以及“友好的”是中国人留给国外受访者最深刻的印象。

对这个调查结果，印度专栏作家拉杰夫·沙玛9日告诉《环球时报》记者，中国现在很自信也很强硬，但谈不上傲慢。拉杰夫说，作为一个大

<sup>①</sup> 中国部分的调查，采用CATI（计算机辅助电话）调查方式，在北京、上海、广州、成都、西安、长沙、沈阳7座城市进行，所有样本均通过随机抽样的方法获得，以居民住宅电话和手机号码为抽样母体，抽出住宅电话局号段前四位和手机号码前五位，其他数字用计算机随机生成数填充。肯尼亚部分的调查，采用入户访问的方式，根据肯尼亚全国人口分布情况进行按地区分层随机抽样。其他12个国家的调查，采用互联网在线邀约的方式，通过对12个国家样本库的网络会员进行邮件邀约、在线填答问卷的方式完成数据收集。

国，自信是正确的，但目前中国展示出的“不必要的军事力量规划”让中国的邻国感到“复杂”。但他认为，中国将来会信守“和平崛起”的承诺。印度尼赫鲁大学国际问题学者斯瓦兰·辛格博士的观点是，中国不是崇尚军事的国家。他认为，说中国“复杂难懂”不如说中国是一个综合体，就像印度一样也是快速转型中的国家。斯瓦兰说，印度和中国有着同等程度的文明，当然，中国无论是政治凝聚力还是社会稳定性，都要比印度更具影响力。

在了解了这个全球调查的相关数据后，英国智库列格坦研究所学者格梅斯特告诉《环球时报》记者，中国人给各国民众留下“自信”的印象，会对深化国际间的合作起到直接帮助，今后讨论和寻求解决更多国际事务时，都会邀请中国参与。格梅斯特认为，在不少西方人眼中，中国近来设立东海防空识别区等举措，反映出中国不怕和对手用硬实力来比拼。他表示，人们似乎还不习惯在本世纪初看到中国变成一个超级国家，触角伸及世界各地，一些外国人也不够了解中国的历史，不清楚中国为什么卷入一些国际争议问题，为什么中国又坚守自己的原则不放。

凤凰卫视驻英国首席记者曹劼在欧洲生活多年，他认为，中国在欧洲人眼中，仍是一个“实力上升”国家，虽然欧美媒体报道中有各种渲染中国强势的字眼，但多数欧洲人并没有把中国看成是一个尚武、傲慢的国家。曹劼说：“我曾问过英国当地不少学者，他们都不相信中国会在经济实力达到顶峰时，就转变成一个恃强凌弱的超级国家，因为这和中国的历史传统不符。”

关于中国的国家实力，在调查中有 60.0% 的国外受访者给予“已经是世界性强国”的认可，26.0% 的受访者认为中国“还不完全是世界性强国”，仅 6.1% 的受访者明确表示中国“不是世界性强国”。问及中国具备哪些世界性强国的条件，高达 73.0% 的国外受访者选择“经济实力”，选择“政治及外交影响力”的占 34.3%，选择“军事实力”或“文化影响力”的分别占 23.6% 和 22.2%。认为中国“已经是世界性强国”的受访者比例以南非和英国为最高，分别为 76.9% 和 74.2%。此外，澳大利亚、美国、巴西和韩国四国肯定中国已是世界性强国的受访者比例都超过六成。相比之下，越南（48.4%）、俄罗斯（45.5%）和菲律宾（45.2%）三国的受访者对中国世界性强国地位的认同度最低。格梅斯特对“南非和英国更认可中国”一点也不感到奇怪。他告诉《环球时报》记者，南非是新“金砖”成员，在经济发展、基础建设和民生消费等方面把中国当成效仿的对象。而这些年英中两国经贸合作增加，尤其是英国人看到本国经济总量被中国超过、大批中资机构进入后，他们对中国的印象发生改变。就连英国前首相布莱尔

都说，中国的实力变强，超过英国并不奇怪，因为这是一个十多亿人口支撑的国家。曹劭也表示：“能够说出中国变强了，应该是英国人的心里话。”

## 赢得周边国家人心是重要课题

相对于英国人和南非人对中国的积极评价，调查的多组数据显示，中国周边国家对中国的认识和预期都比远离中国的国家更消极。比如：越南、日本、菲律宾等中国“周边国家”的受访者中，对中国持负面态度的比例高于欧美非等洲的“非周边国家”，具体来看，喜欢中国的周边国家受访者比例为25.4%，低于非周边国家的36.0%；非周边国家受访者对中国经济继续快速发展的预期也高于周边国家，认为中国经济“能”继续快速发展的受访者在非周边国家占73.1%，高于周边国家的67.0%。而且，周边国家受访者更倾向于认为，未来10年与中国之间将会是竞争或对抗关系。调查还显示，相关周边国家受访者略微认同自己的国家与中国之间“存在比较严重的领土争端问题”，但不同意美国介入。

清华大学公共管理学院教授楚树龙对《环球时报》记者说，这个调查在反映世界对中国的看法方面比较客观，也跟他一贯的印象相吻合。不过，该调查在反映亚洲对中国的看法上有些偏差，主要是调查涉及的亚洲国家偏少，像巴基斯坦、泰国、柬埔寨、马来西亚等对华友好的邻国不在调查之列，所以调查结果显示，周边国家对中国的看法比较消极。但他认为，中国周边国家对中国确实存在很多负面看法，这个问题是值得中国政府和所有中国人重视的大课题，即怎样赢得周边国家的人心。楚树龙说，中国跟亚洲各国经贸和文化联系多，人员往来频繁，这么多年来也苦心经营亚洲，包括建立自贸区、给予援助等，但我们的付出和得到还没有完全成正比。

尼赫鲁大学国际问题学者斯瓦兰告诉《环球时报》记者，中国与邻国关系看起来复杂是因为亚洲的被殖民史和遗留下来的边界争端问题，这些加剧了中国与一些邻国的相互猜忌和误解。印度观察家研究基金会会长乔希认为，中国需要发展自己的软实力，用更温和的外交手腕处理和周边国家的关系。同时，中国应努力摆脱或者防止自己的经济外交被他国当成“21世纪的新殖民主义政策”。他还表示，中国需要提高自己的政策决定过程的透明度，尤其是事关世界和地区局势的重大政策，应让其他国家充分了解政策制定的前因后果。

《环球时报》记者就该调查也与北京第二外国语学院汉语学院留学生进行了交流。日本学生千叶春说：“我们感到中国很自信，给世界一种‘什么都能做到’的感觉。”越南学生黄君斌认为，“中国现在太强大，我们国家在政治、军事、经济各个方面都感受到威胁”。韩国学生李载惜说，受儒教文化影响，

韩国人认为中国并不复杂，很多方面可以互相理解。他担心的是，中国经济未来会受环境恶化的影响，治理污染要花很多钱。

谈到中国给周边国家留下的印象，作为“旁观者”的英国学者格梅斯特认为，“就像法国人永远不满意英国人一样，因为两个近邻彼此太熟悉了。”他表示，部分邻国民众对中国持有的消极态度不会长期存在，或许是因为受访者对眼下涉及中国的一些问题不满，但没有哪个邻国会放弃同中国的正常交往。

## 中国的话语权仍然很弱

“很多发展中国家媒体每天对中国的报道，有相当多的是转引西方主流通讯社或报纸的报道。可想而知，他们心目中的中国形象是怎样的。”曾在美国、瑞典、泰国常驻，现在巴西的《环球时报》记者丁刚谈到这个现象不免很感慨。本次环球舆情调查中心全球调查的一个“发现”也反映出这一问题。调查显示：44.4%的国外受访者了解中国信息的渠道是“国际知名媒体（如CNN、BBC等）”；39.5%的受访者了解中国信息的渠道是“本国的电视”；27.5%的受访者通过“中国在本国举办的文化商贸活动”了解中国信息。相比而言，仅12.1%的受访者通过“中国媒体在本国的传播”了解中国相关信息。调查还显示，通过中国媒体了解中国信息的受访者中，32.1%近半年内阅读过《环球时报》或浏览过环球网。

丁刚认为，中国的话语权仍然较弱，“原因在于我们说的话没有进入人家的话语体系，要么是人家听不懂，要么是不爱听”。而且，巴西等国有相当一部分涉华报道其实都是中国媒体最早报道出来的，但它们用的却是经过西方主流媒体再包装后的“二手报道”。丁刚说，不管怎么样，各国民众看到有关中国的报道越来越多，媒体如果总是谈论一个国家，即使有些负面议论，受众也会觉得这个国家很重要。

曹劭告诉《环球时报》记者，如果从技术层面而言，中国媒体的国际传播力已做得非常好。即便是到欧洲某个小国的小酒店入住，也有机会在当地有线电视频道中看到中文媒体的节目。中国的报刊也已发行到一些非洲国家。但问题在于，中国媒体对世界的解读存在很明显的“中国式风格”，还缺乏独特的视角，缺少对自身问题的批判和对他国社会的深入了解。

即使是“12.1%国外受访者通过中国媒体在本国的传播了解中国”这一结果，楚树龙教授也认为：“这个数字不是太低，而是太高，你想在中国，有12%的中国人是通过外国媒体了解其他国家的吗？”楚树龙解释说，他曾问新加坡总理李显龙，为什么新加坡人对中国的态度那么消极，李显龙的回答是，因为现在新加坡年轻人都不看中文，只通过英文来了解中国，所以对中国的印象就很片面。楚树龙认为，一个国家的影响力与这个国家语言的影响

力密切相关。他举例说，孔子学院任重道远，国外学中文的人越多，世界了解中国才会越客观。

(环球时报 2013-12-10 第3193期 第7版|深度报道 作者:凌玉环 马晴燕 张宇洋)

## 主要发现

### 发现一 六成国外受访者认为中国是世界性强国

13个国家的调查显示，对于中国是否已经是世界性强国的问题，总体上有六成(60.0%)受访者给予了肯定回答，选择“是”；超过四分之一(26.0%)的受访者认为“还不完全是”；另外也有6.1%的受访者认为中国还“不是”世界性强国；剩余7.9%的受访者对此问题表示“不知道，说不清”。

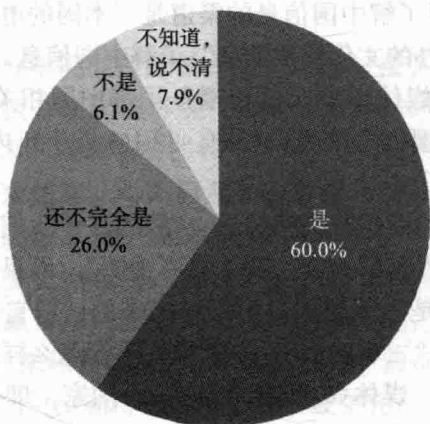


图 1-1 你认为中国已经是世界性强国了吗？(N=13,266)

#### 1.1 南非和英国受访者认为中国已经“是”世界性强国的比例最高

分国家来看，13个国家中，认为中国已经是世界性强国的受访者比例以南非和英国为最高，尤其是南非，高达76.9%，英国占第二位，认可率达74.2%。此外，澳大利亚、美国、巴西和韩国四国肯定中国已经是世界性强国的受访者比例都超过六成，分别为69.5%、68.9%、65.4%、62.8%。哈萨克斯坦、肯尼亚、日本和印度四国的此类受访者比例均超过半数，分别为57.3%、57.1%、56.4%、52.0%。相比之下，越南(48.4%)、俄罗斯(45.5%)和菲律宾(45.2%)三国的受访者对中国世界性强国地位的认同度最低，但也都超过四成半。

认为中国不是世界性强国的受访者以俄罗斯、日本、肯尼亚和菲律宾四国的比例最大，提及率分别为：11.1%、10.4%、10.4%、10.1%，多为中国的周边国家。

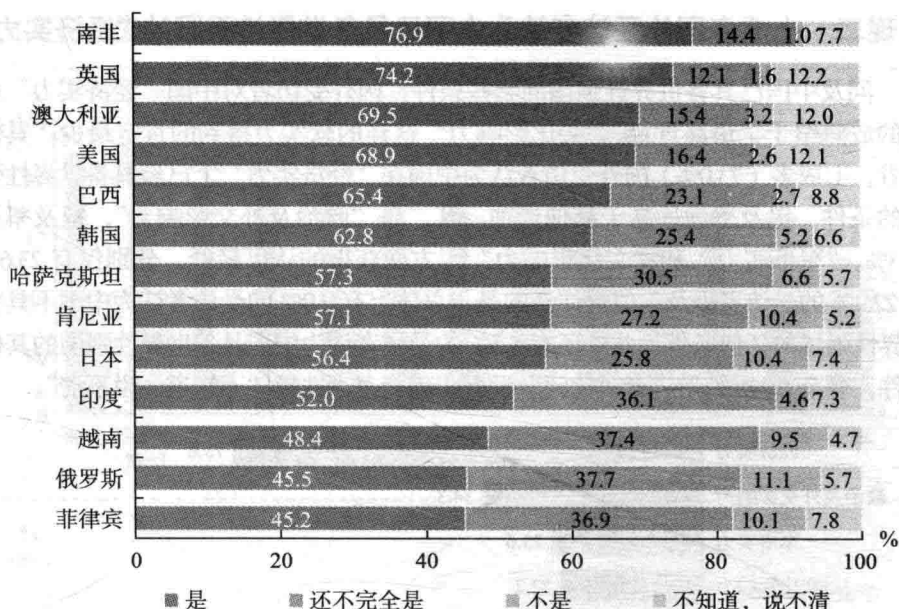


图 1-2 你认为中国已经是世界性强国了吗？——分国家 (N=13,266)

## 1.2 非周边国家受访者对中国已经是世界性强国的认同度高于周边国家受访者

舆情调查中心将本次调查的 13 个国家分为周边国家和非周边国家两类, 研究得知, 非周边国家受访者对中国世界性强国地位的认同度高于周边国家。具体来看, 68.6% 的非周边国家受访者肯定了中国已经“是”世界性强国, 高于周边国家的 52.5%, 高出 16.1 个百分点。相反, 认为中国“还不完全是”世界性强国和“不是”世界性强国的受访者在周边国家所占的比例均高于非周边国家; 32.9% 的周边国家受访者认为中国“还不完全是”世界性强国, 高于非周边国家的 18.1%; 8.2% 的周边国家受访者完全否定了中国的世界性强国地位, 比非周边国家 (3.6%) 高 4.6 个百分点。

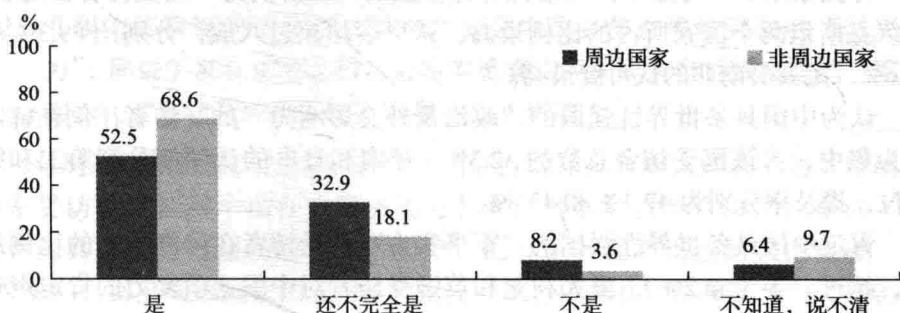


图 1-3 你认为中国已经是世界性强国了吗？——周边国家与非周边国家比较 (N=13,266)

## 发现二 七成多国外受访者认为中国已具备世界性强国的“经济实力”

问及中国已具备世界性强国的哪些条件？国外受访者对中国“经济实力”条件的成熟给予了最高肯定，“文化影响力”这样的软实力得到的肯定最少。具体来看，七成多（73.0%）国外受访者认为中国在“经济实力”上已经具备世界性强国的条件，提及率远远高于其他选项。其二是“政治及外交影响力”，提及率达34.3%。“军事实力”和“文化影响力”两方面获得的认可最低，分别仅有23.6%和22.2%的受访者提及。值得注意的是，总体上有3.0%的受访者认为中国不具备世界性强国的任何条件。此外还有5.5%的受访者认为中国具备世界性强国的其他条件，剩余6.2%的受访者对比问题没有明确表态，选择“不知道，说不清”。

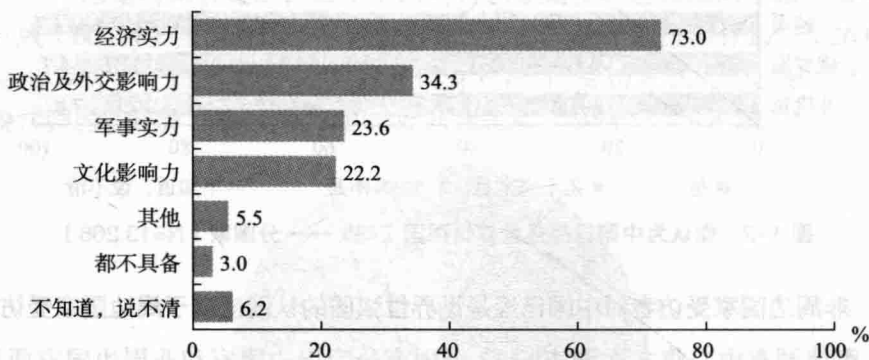


图 1-4 你认为中国已具备世界性强国的哪些条件了？（N=13,266）

注：此题为可多选，各选项之和大于100%。

### 2.1 南非受访者最认可中国具备世界性强国的“经济实力”；韩国受访者最认可中国具备世界性强国的“政治及外交影响力”；印度受访者最认可中国具备世界性强国的“军事实力”；越南受访者最认可中国具备世界性强国的“文化影响力”

分国家来看，肯定中国具备世界性强国的“经济实力”的受访者在南非、哈萨克斯坦两个国家所占的比例最高，认可度均超过八成，分别达89.3%和83.6%，尤其是南非的认可度最高。

认为中国具备世界性强国的“政治及外交影响力”的受访者比例在韩国最为集中，占该国受访者总数的52.3%。越南和日本的认同度分列第二和第三位，提及率分别为47.3%和43.8%。

肯定中国具备世界性强国的“军事实力”的受访者在印度所占的比例最高，超过一半（52.2%），澳大利亚和英国受访者对中国这项实力的肯定声音也比较高，认同度分别为44.9%和43.2%。

各国对于中国的“文化影响力”已经达到世界性强国的条件的认同度均

显不足，提及率都不足四成，越南的认可度最高，为 35.4%。

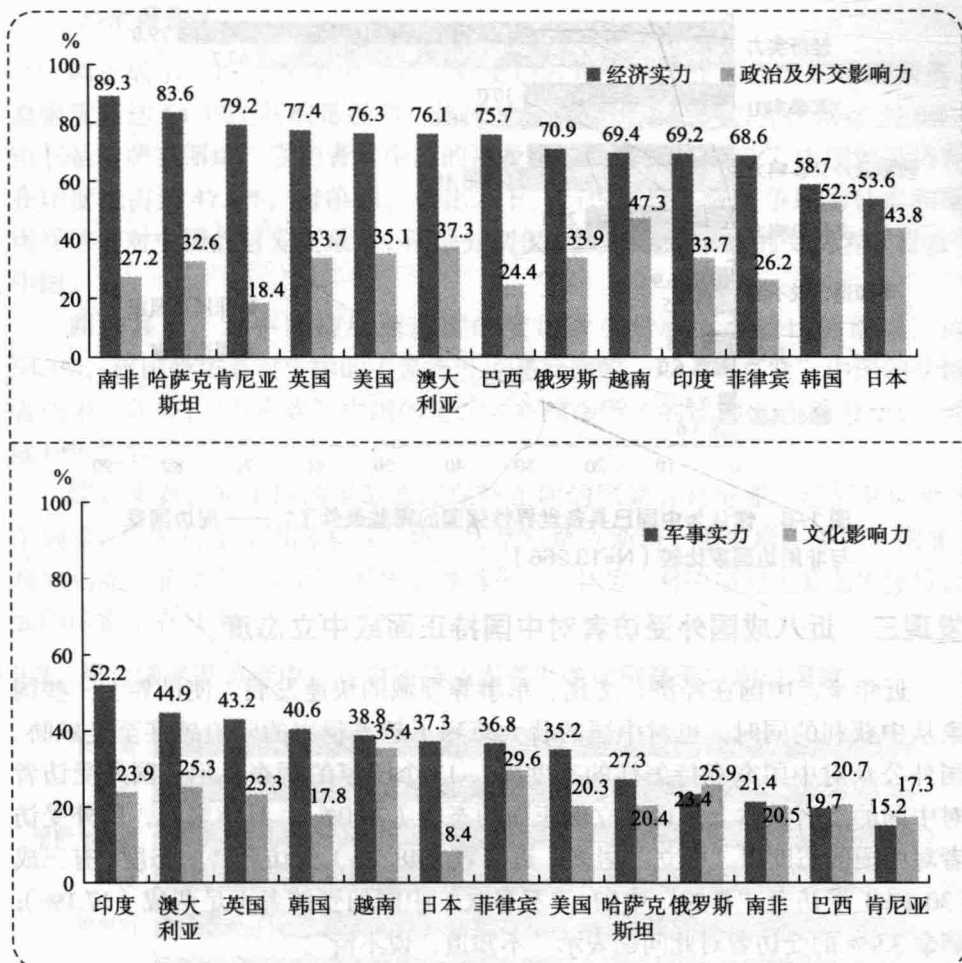


图 1-5 你认为中国已具备世界性强国的哪些条件了？——分国家（N=13,266）

## 2.2 非周边国家受访者比周边国家更肯定中国具备世界性强国的“经济实力”；周边国家受访者比非周边国家更肯定中国具备世界性强国的“军事实力”、“政治及外交影响力”和“文化影响力”

对周边国家和非周边国家进行对比分析得知，非周边国家受访者比周边国家受访者更认同中国在“经济实力”上已经达到世界性强国的条件。认为中国具备世界性强国的“经济实力”的受访者在非周边国家占比近八成（79.0%），高出周边国家的 67.7%。相反，认为中国在“军事实力”、“政治及外交影响力”和“文化影响力”三方面达到世界性强国条件的受访者比例在周边国家的分布均高于非周边国家，这三类受访者在周边国家的比例分别为

36.6%、38.6% 和 23.1%。

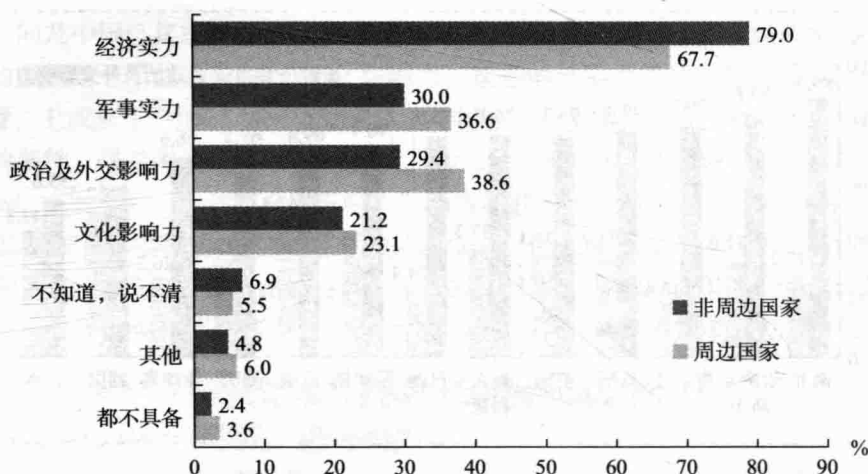


图 1-6 你认为中国已具备世界性强国的哪些条件了？——周边国家与非周边国家比较 (N=13,266)

### 发现三 近八成国外受访者对中国持正面或中立态度

近年来，中国在经济、文化、军事等领域的快速发展，使世界上一些国家从中获利的同时，也对中国的壮大感到了越来越大的紧迫感甚至是威胁。国外公众对中国究竟持怎样的态度呢？13 个国家的调查显示，国外受访者对中国的态度整体上呈现中立偏正面的态势（79.0%）。具体来看，国外受访者对中国的态度以“中立”居多，近半数（48.6%）受访者持此态度；有三成（30.4%）受访者“喜欢”中国；“不喜欢”中国的受访者不足两成（17.1%）；剩余 3.9% 的受访者对此问题表示“不知道，说不清”。

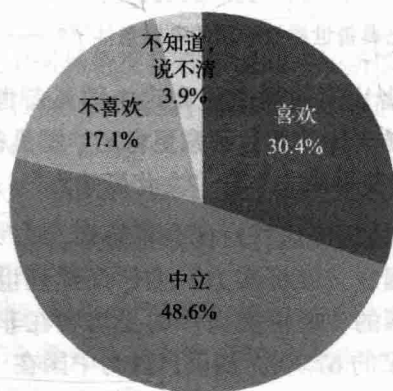


图 1-7 你对中国持什么态度？(N=13,266)