

“一带一路”与中华文化国际传播丛书 丛书主编 孙宜学



# “一带一路” 华文教育与中华文化国际传播

孙宜学 李 军 叶玮玮 张凯乙 著

同济大学出版社

“一带一路”与中华文化国际传播丛书 丛书主编 孙宜学



# “一带一路” 华文教育与中华文化国际传播

孙宜学 李 军 叶玮玮 张凯乙 著

同济大学出版社

## 图书在版编目 (CIP) 数据

“一带一路”：华文教育与中华文化国际传播 / 孙宜学等著. -- 上海：同济大学出版社，2017.5  
(“一带一路”与中华文化国际传播丛书 / 孙宜学主编)  
ISBN 978-7-5608-6806-6

I. ①一… II. ①孙… III. ①华文教育—研究②中华文化—文化传播—研究 IV. ①G749.1②G125

中国版本图书馆CIP数据核字 (2017) 第058337号

“一带一路”与中华文化国际传播丛书 孙宜学 主编

## “一带一路”：华文教育与中华文化国际传播

孙宜学 李 军 叶玮玮 张凯乙 著

责任编辑：丁会欣

责任校对：徐春莲

封面设计：陈益平

出版发行 同济大学出版社 [www.tongjipress.com.cn](http://www.tongjipress.com.cn)  
(地址：上海四平路1239号 邮编：200092 电话：021-65985622)

经 销 全国各地新华书店

印 刷 江苏启东市人民印刷有限公司

成品规格 170mm × 240mm 1/16

印 张 17.25

字 数 345 000

版 次 2017年5月第1版 2017年5月第1次印刷

书 号 ISBN 978-7-5608-6806-6

定 价 52.00元

## 序 夯实文化“软实力” 助力实现“中国梦”

中共十八届五中全会公报指出：“在增强国家硬实力的同时注重提升国家软实力。”习近平总书记曾就“软实力”的重要性着重强调，提高国家文化“软实力”，关系“两个一百年”奋斗目标和中华民族伟大复兴“中国梦”的实现。“中国梦”意味着全面建成小康社会、实现中华民族伟大复兴，意味着每一个人都能在为“中国梦”的奋斗中实现自己的梦想，意味着中华民族团结奋斗的最大公约数，意味着中国人民和中华民族的价值体认和价值追求，意味着中华民族为人类和平与发展作出更大贡献的真诚意愿。习近平总书记在全国文艺座谈会上强调，中华优秀传统文化是中华民族的精神命脉，是涵养社会主义核心价值观的重要源泉，也是我们在世界文化激荡中站稳脚跟的坚实根基。正如一个国家、一个民族的强盛，总是以文化兴盛为支撑，“中国梦”的实现以及中华民族的伟大复兴，正需要以中华文化发展繁荣为前提。中国的文化“软实力”是在中华优秀传统文化的丰厚土壤上生长起来的，包含着中华优秀传统文化的基因，不仅是“中国梦”内在的重要内容，也是实现“中国梦”的重要途径。

自改革开放以来，我国的经济实力、综合国力快速上升，和平崛起的步伐不断加快，然而，相对于“硬实力”的不断增长，文化“软实力”建设则仍相对滞后，主要表现在以下几个方面：

第一，中国是文化古国、文化大国，却非文化强国。中国几千年的传统文化博大精深，所形成的“儒家文化圈”辐射至整个东亚地区，其影响力至今仍难以

撼动。然而，近代以来，中国传统文化遭到破坏，其影响力日渐削弱，加之缺乏提炼、创新，中国丰富的文化资源未能得以开发，更没能转化为现实的文化竞争力。另外，中国文化产业相对滞后，文化贸易存在较大逆差，文化国际传播能力有待加强。

第二，中国国际话语权与经济实力、综合国力与与日俱增的大国地位并不匹配。中国是联合国安理会五个常任理事国之一，在国际事务中的话语权、影响力，近年来虽快速提高，但与我国世界经济地位排名存在反差。

第三，中国承担国际责任越来越多却依然存在不和谐论调。近年来，中国积极参与联合国维和行动、人道主义救援活动，积极参与全球气候、环境治理，在大幅度减少本国贫困人口的前提下，援助世界发展中国家，为世界扶贫事业作出巨大贡献，然而，“中国责任论”依然存在。

第四，中国国家形象被“失真”，国际舆论环境面临严峻挑战。随着中国的和平崛起，中国已走到了世界舞台中心，国际主流媒体和主流舆论对中国进行围堵甚至妖魔化的情况还时有发生，并未以相应的态度客观看待中国，肆意传播“中国威胁论”“中国崩溃论”，严重损害了中国的国家形象，国际舆论环境面临挑战。

第五，中国国际传播能力虽有提高，但仍显不足。中国官方媒体的对外宣传虽然几乎覆盖联合国所有工作语言，却难以进入国际社会主流，只有热情，缺乏技巧，不能将真实的中国用对方听得懂、听得进的语言和思维逻辑传播出去，缺乏穿透力。

因此，根据当前中国“软实力”建设的现状，为进一步加强“软实力”建设，提升中国的文化“软实力”，助推“中国梦”实现，提出以下建议：

第一，传统文化与国力提升是相辅相成的，弘扬优秀传统文化，是中华民族永世不忘的伟大事业。要提高对传统文化的重视程度，营造传统文化传承的良好氛围，也要鼓励教育传播，打造传统文化传承的重要平台。弘扬和传承优秀传统文化，根本在于入心入脑，要内化成日常言行，而不仅仅流于形式。当代青年作为国家现代化建设的生力军，逐步承担起国家发展的重担，被寄予了无限希望，理应在

传统文化传承中发挥重要作用。一方面，要树立和增强民族自尊心和自信心。摒弃崇洋媚外的思想，担当起传统文化承的重任。另一方面，培养文化传承的自觉意识和创新意识。同时，源远流长的中华文明，博大精深，是维系中华民族团结、国家统一的精神纽带，也是支撑华夏民族不断前行的重要力量。通过文化认同来增强民族认同和国家认同，具有重要意义。

第二，在开展对外工作时，既做物的工作，更做人的工作，利用中国丰富的“软实力”资源，充分发挥公共外交的优势。公共外交相对于传统外交具有独特的优势，可以利用其半官方的背景，通过柔性的手段实现争取人心，加深相互的认识和理解，通过信息传播、平等协商和人文交流赢得“民心”，进而提升知名度、美誉度和认同度。要用最简单、最通俗、符合对方价值判断标准的方法去做人心工作，去让他们自然地接受我们。

第三，文化“软实力”是国际话语权的直接依托，加强国际传播能力，塑造和提升国际话语权离不开有效的对外宣传工作。国际舆论格局中的“西强我弱”局面仍未根本改变，因此，必须进一步加强国际传播能力建设，增强国际话语权，唱好“中国声音”，讲好“中国故事”，优化战略布局，着力打造外宣旗舰媒体，同时注意尊重新闻传播规律，创新方法手段，强化新闻报道的导向作用，一方面化解外部世界对中国崛起的疑虑，改善中国外部环境；另一方面提升中国在事关全人类发展问题中的参与度和话语权，借此提升国际影响力。此外，做好人心工作，还要培养对外宣传工作的复合型人才，同时引导和鼓励学习掌握一些新技术的操作和应用，安排其接受系统的中国历史文化教育和国情教育，使其做到心中有信念、手头有办法。

第四，发挥中华文化独特魅力，继续大力实施“文化兴国”，扎实推进社会主义文化强国建设，坚定不移地走中国特色社会主义文化发展道路，激发全民族文化创造活力，梳理高度的文化自觉和文化自信。传统文化是中国最大的“软实力”资产，系统梳理传统文化资源，提升对外文化交流水平，完善人文交流机制，创新人文交流形式，综合运用多种方式展示中华文化独特魅力。同时，大力发展文化产

业，进一步深化文化体制改革，制定对外文化发展战略，创造具有国际竞争力的文化品牌，将中华文化推向世界，如孔子学院品牌、动漫产业、海外华文教育等。

第五，加强国家品牌建设。国家品牌是良好国家形象的缩影，必须全方位塑造国际品牌，创立国家品牌建设制度，进行国家品牌营销，增强国家品牌的对外影响力和辐射力，借此重塑国家形象。

第六，加强侨务工作，进一步发挥海外华侨华人的作用。华侨华人可以传递中华文化、介绍当今中国、宣传中国形象；海外华文媒体是发出“中国声音”、讲演“中国故事”的中坚力量；华文教育则是传承和传播中华文化的具体实践。因此，应进一步加强侨务工作，并与公共外交相结合，形成“双轮驱动”的效应。

第七，文化“软实力”建设应贯穿于“一带一路”建设的全过程。当前，“一带一路”战略已进入全面落实阶段。我们不仅要推动硬件基础设施建设，实现经济发展，更要发挥自身的软实力，最大限度地凝聚人心、凝聚共识，为开展区域合作奠定坚实民意基础和社会基础。要着力文化沟通，消除文化差异，推进文化融合，积极发挥文化的桥梁作用和引领作用，努力实现沿线各国的全方位交流与合作，最终实现人心相通，民意相通。

第八，文化的理解与融合是国际关系的和谐之本，而文化的误解与相斥往往成为国际关系的冲突之源，构筑文化交流的平台，借助文化国际传播融合的特点和优势，培养国际社会特别是东亚地区青少年共有的国际意识和国际观，也应该是文化“软实力”建设的重要引申。准确把握国际局势的变化和区域发展的潮流，对于促进多元文化的交流融合，推进区域关系的健康发展意义重大。

文化是一种力量。中华民族伟大复兴，在一定程度上是一种话语权的复兴，更是文化“软实力”的振兴。实现“中国梦”是艰巨而浩繁的历史使命，要靠一代又一代中国人前赴后继、不懈奋斗，要靠一代又一代中国人不断提升和夯实自己的文化“软实力”。

蔡建国  
全国政协委员  
2017年3月

## 前 言 构建中华文化国际传播学科体系

习近平总书记指出：“坚定中国特色社会主义道路自信、理论自信、制度自信，说到底是要坚定文化自信。”而文化自信的基础，则是中华优秀传统文化精华。面对五千年博大精深的中国传统文化，如何发掘、学习和掌握其中的精华，并坚持古为今用、推陈出新，以文化人，以文育人，从而帮助中国人树立正确的世界观、人生观、价值观，并且以中华民族创造的精神财富推动世界文明的发展，营造良好的文化生态环境，这是我们继承并发展民族文化血脉的目的，也是中华文化生生不息的根本原因。

### 一、以当代视角提炼中华优秀传统文化精华

中华文化对人和自然和谐的追求，对实现道德理想的执着，对济人济事济天下的满腔热情，使世界上一切关心人、关心世界的人都越来越关心中华文化。但中华文化的绚烂多彩，往往使人，尤其是外国人在短时间内很难撷其精髓，这成为困扰中华文化世界化的瓶颈之一。

因此，我们目前迫切需要基于中华文化的传播实践和科学调研及规划，编写出版既包孕中国传统文化精髓，又真实反映当代中华文化特色、简明实用的中华文化教材或普及类文化读物。尽量以读者喜闻乐见的形式，深入浅出地引领读者领略和体悟中华文化的魅力，知识性与趣味性兼具，以使读者更全面生动掌握中华文化的精华。



## 二、文化自信源于文化自觉

文化具动态性，文化的形成就是一个动态的过程，而文化永远处于形成过程中，处于不断发生发展的过程中，其共时性与历时性具有同一性和统一性。因此，不断汲取与不断释放是文化的常态。而中华文化的生命力，也是因为它始终处于创造性转化、创造性发展之中。要增强对中华文化的自信，必须要增强对中华文化这种特性的自觉。只有不忘根本，从无比深厚的历史底蕴中汲取精神营养，才能获得深沉持久的力量并推动中华优秀传统文化与当代文化相适应，产生世界价值和永恒价值。这是中华文化优秀的根基，也是文化传承的基本原则。

## 三、中华文化是推动世界文明进步的基石

习近平总书记明确提出：要发掘中华优秀传统文化中“跨越时空、超越国界”的文化基因，“让中华文明同各国人民创造的多彩文明一道，为人类提供正确指引”。的确，中华文明的发展本身，就是世界文明发展的内在组成成分，当代中国的发展，也是为了推动世界的发展。我们向世界介绍中国优秀传统文化的精华，也不只是为了说明自己的文化，而是为了说明中华文明与世界文明的共同进步。“解决好民族性问题，就有更强能力去解决世界性问题。”换句话说，我们要向世界说明我们是如何继承和弘扬中华优秀传统文化精华的，进而为世界各民族文化的继承和发展，提供中国经验、中国模式和中国理论，在让世界了解中国的同时，也让中国更好地了解世界、融入世界。为此，我们要基于世界文化一律平等的认识，在比较分析中华文化世界化之路与世界各民族文化国际传播之间的同与异的基础上，充分体现出中华文化最精华的本质：有容乃大。中华文化的国际传播是与世界文化的发展同步不悖的，中华文化走向世界，不只是为了发展自己，也是为了与世界文明共同发展，中国愿意融入世界，也愿意世界各民族文化借力中华文化发展自己。这种心胸和态度，是中华文化至今仍生机勃勃的根本原因。

#### **四、中国立场，世界表达**

一切优秀的文化都是属于全人类的。中华民族创造的一切精神财富也应该为全人类共享。但文化是有差异的，要让全世界了解中华文化、理解中国，我们还必须坚持“中国立场，世界表达”。这是一门艺术，也是一门科学。

目前，我国主要通过孔子学院、“汉语桥”比赛、各类文化推广活动、世界中小学生夏令营、网络推广等形式传播中华文化，这些活动产生了积极影响，但在形式和内容方面仍然存在着主观性强、意识形态浓厚、投入产出不成比例等明显问题。因此，如何不断创新中华文化国际传播的途径与方法，与时俱进，有针对性地研究不同语言文化背景下中华文化国际传播的方法和手段，根据不同国家、不同民族、不同宗教信仰、不同地区受众的特点和不同时期对中国文化的需求，用当地外国人听得进、看得懂、感兴趣，但又不失中华文化精髓的本土化形式，传播中华文化的内涵和精髓，就成为一项必要且迫切的工作。

中华文化走向世界的实践说明：要让世界知道“发展中的中国”“开放中的中国”，我们必须不断创新发出中国声音的方法，形成鲜明的中国特色，既能体现中国立场、中国智慧和中國价值观，又要做到“国际表达”，避免“有理说不出，说了传不开的境地”。就像习近平总书记所强调的：要充分发掘中国传统和当代文化的世界价值，以增进国际社会对中国基本国情、价值观念、发展道路、国际政策的了解和认识，展现中国文明、民主、开放、进步的形象。我们在致力于向世界说明中国的同时，更要注重研究世界各民族文化国际传播的规律，做到“既向内看”“又向外看”“古为今用，洋为中用”，希望推动形成中华文化国际传播的“中国模式”，助推中华文化走向世界，最终推动世界和谐。使中国智慧，成为全人类的智慧。

#### **五、文化创新与科技创新相互促进**

中华文化国际传播的战略机遇期，也是经济最有活力、科技创新最活跃的时期。中国的科技发展是中国经济发展的助推器，而语言文化的国际传播则是一国

经济发展到一定程度的自然结果。因此，向世界传播的中国文化，理应包括目前处于中国发展全局核心位置的科技创新文化。科学是文化的载体之一，科技创新思维首先是一种语言思维，因此，在某种程度上来说，一种语言的世界普及方式与程度，也直接影响着一国科技创新成果的数量和质量及对世界的影响，而科技创新成果则又由此对一国语言和文化的国际推广产生重大影响。实际上，同济大学一直在尝试文化传播与科技创新的结合实践。如汪品先院士就先后发表了一系列相关文章，呼吁汉语走向世界，如“创新需要创新文化”（《科技日报》，2006年3月10日）“中文应成为创新的语言平台”（《文汇报》，2012年12月14日），“汉语能否成为科技创新平台——从汪品先院士的一封信谈起：如何重建创新的文化自信”（《文汇报》，2014年10月15日）“汉语被挤出科学，还是科学融入汉语？”（《文汇报》，2015年2月27日）在这些文章中，汪品先院士明确提出，汉语应当成为科学研究的工作语言之一，中国应该积极推动培育起一个以汉语为基础的创新平台，而且假以时日，一定能建立起汉语言的创新平台。汉语若能成为科学的通用语言，那么最前沿的创新思维和成果就能更快地传递到民众中，更可“直通”中小学课堂——这对从小培养创新观念，将起到意想不到的重要作用。他以科学家的身份就此向科学和文化界，实际上也是向全社会提出三个问题：科学究竟是生产力还是文化？汉语在科学创新中是什么地位？如何弥合科学和文化的断层？这三个问题在中国各界产生了很大反响，并且在《文汇报》上引发了一场以“重建我们的创新自信”为主题的系列讨论。这说明，中华文化国际传播应服务于培养越来越多的世界科学家能用中国思维方式思考，习惯用汉语表达创新思维，进而培育并创建以汉语为基础的科技创新平台，推动中国的科技创新教育，促使中国向创新型国家转变。

中华文化本身，就是一种不断推陈出新的文化，是人文精神与科学思维、执著入世与淡泊出世、关注已知与探索未知、修身齐家与治国平天下等“软文化”与“硬实力”和谐一致的文化。在推动和实现科技创新国家战略的今天，中国文化，仍可提供源源不竭的精神动力和科技创新启迪。

## 六、构建中国特色的中华优秀传统文化国际传播理论体系

中华文化国际传播深度、广度的扩大和提高，带来了一系列迫切需要解决的问题，如在师资队伍、教材、质量评估标准、传播策略与手段、孔子学院布局、中国传统文化的现代化、中华文化与世界文化的交流方式、汉语与中华文化的国际传播与文化软实力建设的关系、中华文化国际传播与世界中国形象的建构、中华文化国际传播管理机制建设等方面，都需要我们立足于深厚的中华优秀传统文化资源，在继承和发扬民族文化优秀传统文化的基础上，汲取世界不同文化的优秀成分，在新的发展机遇期，解决其中的现实问题。而能否解决这些问题，以及解决的质量，都将直接影响到中华文化的传承及其国际传播的发展。为此，我们应在已有的国内外研究基础上，充分调研分析，基于中华文化国际化的大好形势，构建具有中国特色的中华优秀文化国际传播理论，以保证中华文化国际传播的可持续发展，不但解决中华文化世界化的问题，还能为世界文明的发展，提供中国智慧。

我们在向世界讲中国故事的同时，必须具有鲜明的理论色彩和学科构建动机，基于强烈的文化传播战略研究意识，既要有宏观的世界视域，又要基于鲜活的中华文化国际传播经验和冷静的思考，要对中华文化国际传播的内涵与目标、途径与方法、问题与对策、机制保障，中华文化国际传播与中国文化外交、文化产业、经济模式等的关系，中外语言文化国际传播比较研究等学科建设构架的关键要素，进行充分的分析、论证与研究，最终要在国家语言文化政策法规指导下，以语言建设为基础，以中华文化国际化为目标，构建以语言学、教育学、传播学为学科支撑、符合国际语言文化传播规律的中华文化国际传播学科体系。

孙宜学

2017年3月19日修订

# 目 录

序 夯实文化“软实力” 助力实现“中国梦”	蔡国强
前 言 构建中华文化国际传播学科体系	孙宜学
<b>第一章 “丝绸之路”的精神遗产及对“一带一路”精神的启示</b> .....	15
第一节 “丝绸之路”：国际交流之路.....	16
第二节 “丝绸之路”：器物先行.....	17
第三节 “丝绸之路”的文化遗产.....	19
第四节 “丝绸之路”对建设“一带一路”的启示.....	21
<b>第二章 “一带一路”沿线国家语言文化政策：现状、问题与对策</b> .....	25
第一节 语言文化政策与“一带一路”建设.....	26
第二节 “一带一路”沿线国家语言文化政策：现状与问题.....	26
第三节 “一带一路”沿线国家语言文化政策：启示与对策.....	44
<b>第三章 “一带一路”沿线国家华文教育：现状、问题与对策</b> .....	57
第一节 “一带一路”沿线国家华文教育：现状.....	58
第二节 “一带一路”沿线国家华文教育：问题.....	64
第三节 “一带一路”沿线国家华文教育：对策.....	71

<b>第四章</b>	<b>培养华人翻译人才，推动中华文化国际传播</b> .....	83
第一节	基于丝绸之路的早期翻译与中西文化交流 .....	84
第二节	明清西方传教士与汉学家的翻译活动：作用与局限 .....	87
第三节	留学生与华人在中华文化传播中的作用 .....	92
第四节	培养华人翻译人才的对策与建议 .....	96
<b>第五章</b>	<b>华侨与华文师资培训、教材和教法改革</b> .....	113
第一节	“陆上丝绸之路”沿线国家汉语师资与汉语教材现状 .....	114
第二节	“海上丝绸之路”沿线国家汉语师资与汉语教材现状 .....	117
第三节	“一带一路”沿线国家华文教育的困境与难点 .....	121
第四节	发展“一带一路”沿线国家汉语教育的对策与建议 .....	124
<b>第六章</b>	<b>孔子学院与当地华文学校的资源整合与共享机制建设</b> .....	135
第一节	孔子学院：缘起与发展 .....	136
第二节	华文学校：缘起与发展 .....	148
第三节	孔子学院与华文学校的资源整合与机制共享 .....	152
第四节	孔子学院与中文学校资源整合过程中的具体问题 .....	156
<b>第七章</b>	<b>华侨华人与汉语科技创新平台</b> .....	185
第一节	华侨、华人概念：以侨为媒思路及策略 .....	186
第二节	汉语国际传播与科技文化推广、国家形象提升 .....	193
第三节	以侨为媒：铺设科技创新交汇之路 .....	200
<b>第八章</b>	<b>文学翻译、华人文学与中华文化国际传播</b> .....	205
第一节	翻译文学、华人文学：历史与现状 .....	206
第二节	民族性与世界性：中国文学“走出去”的主题原则 .....	212

第三节	基于文学翻译视角的中华文化国际化对策 .....	214
<b>第九章</b>	<b>华侨华人、国际文化生态环境与中华文化国际传播</b> .....	<b>217</b>
第一节	华侨华人参与塑造积极正面的中国形象 .....	219
第二节	侨务公共外交的重要功能 .....	228
第三节	“一带一路”沿线国家文化生态环境现状与中华文化传播趋势 .....	234
<b>第十章</b>	<b>海外华人传媒与中华文化国际传播</b> .....	<b>239</b>
第一节	当今世界传播格局形势与媒体对中华文化国际传播的重要作用 .....	241
第二节	目前中国文化产业“走出去”现状、问题及对策 .....	244
第三节	加强与各国华人媒体的合作与交流，营造有利于中华文化传播的舆论 大环境 .....	250
第四节	“一带一路”沿线国家舆情及媒体现状与中华文化传播的战略意义 .....	259
<b>参考文献</b>	.....	<b>269</b>
<b>后 记</b>	.....	<b>275</b>

# 第一章 “丝绸之路”的精神遗产及对“一带一路”精神的启示

第一节 “丝绸之路”：国际交流之路

第二节 “丝绸之路”：器物先行

第三节 “丝绸之路”的文化遗产

第四节 “丝绸之路”对建设“一带一路”的启示



“丝绸之路”实质上也是起源于古代中国，是连接亚洲、非洲和欧洲的古大陆上商业贸易路线。狭义的“丝绸之路”一般指陆上“丝绸之路”。广义上讲又分为“陆上丝绸之路”和“海上丝绸之路”。

## 第一节 “丝绸之路”：国际交流之路

“丝绸之路”得名本身就是国际化的表现。曾被鲁迅称为“日后中国大陆沦陷之天使”的德国人李希霍芬（Ferdinand von Richthofen，1833—1905），是“丝绸之路”的命名者。

1863—1868年，李希霍芬在美国加利福尼亚考察并发现了金矿，成为名人。19世纪末20世纪初，中国成为世界各国“科考队”的“探险”热地，西方冒险家的乐园。李希霍芬探矿成功后，有银行家提供资助，委托他赴华考察。

1868年9月，李希霍芬经日本来到中国，开始了其中国之行。从1868年到1872年，李希霍芬7次在中国进行地质考察。他以上海为基地，足迹遍及广东、江西、湖南、浙江、河北、山西、山东、陕西、甘肃南部、四川、内蒙古诸省区，详细踏勘了中国的地质、地理、矿藏分布，且从不向清政府报备。1873年，李希霍芬回国后专心著述《中国——亲身旅行和据此所作的研究成果》一书。在此书中，他将公元前114年至公元127年间经西域开辟的把中国与中亚的阿姆河—锡尔河地区以及印度连接起来的丝绸贸易之路命名为Seidenstrassen，英文名为The silk road，即“丝绸之路”。

后来，李希霍芬的同胞、历史学家赫尔曼（A.Herrmann）于1910年出版了《中国和叙利亚之间的古代丝绸之路》，根据当时发现的最新史料，将“丝绸之路”的范围扩展到地中海西岸和小亚细亚。

公元前114年就是汉武帝派张骞出使西域这一年。李希霍芬把“丝绸之路”的起点设定在中国。

“陆上丝绸之路”是把中国腹地与欧洲诸国联系在一起的商业贸易通道，直