

CHINESE PUBLIC OPINION SURVEY

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 胡锡进

江涌认为，西方在走下坡路，中国发展前景积极，现在更多人对老牌发达国家喜好下降。……中国的历史规律显示，西方给中国的压力越大，中国的民族归宿感越强，对国家认同感的诉求就越强。从这个方面来说，压力也是动力。（摘自《中国人“世界强国”自信心上升——中国人看世界 2011 年度调查报告》）

同济大学亚太研究中心主任蔡建国 2010 年 11 月 28 日接受《环球时报》记者采访时表示，中国的民众和民意如今已能比较实际地反映客观现实，此类民调对有关方面具备参考价值。世界应重视中国民意所体现出的对朝鲜局势的关切以及他们反对中国周边局势紧张与激化的态度。（摘自《中国民众如何看半岛危局——朝鲜半岛局势民众态度调查报告》）

瑞士日内瓦外交与国际关系学院教授张维为（2010 年 10 月）31 日表示，中国民众有这样的心态令人欣慰，谈政治改革不能空洞化，不能走“政治浪漫主义”路线，一定要务实和具体。比如，推进“一流的人才选拔机制、一流的民主监督机制和一流的社会磋商机制”就会更便于理解与细化。中国过去 30 年经济改革的成功经验包括“渐进、试验和积累”，这三大法宝同样适用于中国的政治体制改革。（摘自《中国民众如何看政治体制改革——中国政治体制改革民众态度调查报告》）

环球舆情调查中心 主编

民意调查

中國

人民日报出版社

中国民意调查

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 / 环球舆情调查中心主编. —北京:

人民日报出版社, 2012. 9

ISBN 978 - 7 - 5115 - 1310 - 6

I. ①中… II. ①环… III. ①民意测验—社会

调查—中国—2011 ~ 2012 IV. ①D668

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 204655 号

书 名: 中国民意调查

作 者: 环球舆情调查中心

出版人: 董 伟

责任编辑: 周海燕 郭铁

封面设计: 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 65369846 65369509 65369510

邮购热线: (010) 65369530 65363527

编辑热线: (010) 65369518

网 址: www.peopledaily.press.com

经 销: 新华书店

印 刷: 北京朝阳印刷有限公司

开 本: 710mm × 1000mm 1/16

字 数: 470千字

印 张: 26

印 次: 2012年9月第1版 2012年9月第1次印刷

书 号: ISBN 978 - 7 - 5115 - 1310 - 6

定 价: 58.00元

序

对一些中外大事，中国人是怎么想的？这个问题总是很有趣，也总有很大争议。不断有人抱怨自己“被代表了”，各种观点都希望被认定为中国“主流观点”。从2010年8月起，环球时报做了一件事，就是就中国一些“很敏感”的问题做公众调查，在纷繁复杂的意见竞争中做一些厘清，呈现中国人思想和感情的真实状态。

环球舆情调查中心就是在那个秋天挂牌成立的，它是独立的调查公司，隶属于环球时报，通过电话抽样调查等方式，在中国一些有代表性的城市里就各种问题询问公众意见。将近两年下来，各种调查共进行了约一百次。

目前中国最流行的是互联网舆论调查。这种调查很方便进行，几乎没有成本，而且可以紧追时效，因此有数不清的网站都在搞。它们反映了一些真实民意，但这种民意是互联网社区“局部”的，而且投票人有热衷表达意见的相似特点，投票不具有抽样性。这两个原因使得互联网舆论调查与中国社会的普遍意见缺少彼此一致的保障性。

环球舆情调查中心采取的是抽样调查这一被普遍认同的科学方法。每做一次这样的调查，都要投入大量人力，因此“很昂贵”，做一次1500个左右有效样本的调查，就要花费几万元。

中国已有一些调查公司，它们主要围绕商业公司和品牌从事市场调查，兼搞一些社会道德调查，很少触及敏感的政治问题。

或许是环球时报主要报道世界及中国时政，碰敏感问题碰惯了，“环球舆情”这个牌子一打出来，就跟国际政治及中国国内政治沾上了边。

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。我们按照调查学的规范设计出问卷，在全国有代表性的城市里做严格意义上的电话抽样问询，回收有效样本，然后又把调查结果一一刊登

在环球时报上。

我们的很多调查惊动了中国舆论，也惊动了世界舆论。比如关于“诺贝尔和平奖”危机的调查，挪威媒体和西方很多主流媒体做了转引。有关地缘政治冲突的调查，同样吸引了世界媒体的大量关注。对中国改革及稳定的公众意见调查，被转引率总是很高，有西方媒体对环球时报公布数据之坦率表示“惊讶”。

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。

当然，“第一步”总是不完美的。我们的调查有效样本量一般都是一千几百份，调查范围通常集中在北京、上海、广州、长沙、成都、西安、沈阳等大城市，因此严格意义上说，这些调查更多反映了中国大城市居民的意见，对中小城市和农村居民的代表性不强。

对调查问卷，也有人提出，我们设置的一些问题有做专业性改进的空间。我们允许的误差率在3%到5%，有人认为，我们的实际误差率可能比这个数字更高。

对各种意见，我们都认真倾听。但我们想说，我们客观反映中国公众意见的愿望是真诚的，为实现这个目标，我们也做了最大努力。由于类似调查的经验积累过去在中国几乎没有，我们自己也认为，我们今后做出改进的空间的确是存在的。

这本书精选了“环球舆情”的23项调查结果，它们是这支团队的心血之作，也是中国围绕“敏感话题”一次前所未有的公众意见展示。对认识这个国家，了解中国人的真实内心世界，这本书都会提供帮助。这本书在竭尽全力展示一个原汁原味的中国。

请批评我们的工作，也请在未来帮助、支持我们。

胡锡进

2012年5月

目 录

CONTENTS

第一章	国际视野：崛起中的大国心态	
	中国人“世界强国”自信心上升	
	——中国人看世界 2011 年度调查报告	/ 02
	“后拉登时代”中美合作大于分歧	
	——“后拉登时代”中美关系民众调查报告	/ 62
	中国民众如何看半岛危局	
	——朝鲜半岛局势民众态度调查报告	/ 77
第二章	全球经济：转型与不确定性	
	中国民众对经济转型期望高	
	——中国经济转型调查报告	/ 98
	中国民众冷静看待“占领华尔街”运动	
	——“占领华尔街”中国民众态度调查报告	/ 125
	中国民众如何看待“入世十年”	
	——中国加入世贸组织十周年民意调查报告	/ 142
第三章	民众信心：崛起前景与幸福感知	
	九成民众看好中国社会稳定	
	——中国国家发展民众预期调查报告	/ 170
	中国人的大国心态走向成熟	
	——大国国民心态调查报告	/ 185
	中国民众最关注西藏社会稳定	
	——西藏解放 60 周年话题调查报告	/ 208
	家庭和谐成公众幸福首要指标	
	——民众幸福感调查报告	/ 219

第四章 军事风险：安全困境与周边战略

- 中国民众认同航母用于国土防御
——中国首艘航母民间关注度调查报告 / 244
- 中国民众支持反制美对台军售
——中国民众对美国对台军售的态度调查报告 / 255
- 中国民众支持中国强化网络安全
——网络攻击和网络安全民众调查报告 / 270
- 中国民众如何看待岛屿争端
——岛屿争端民众态度调查报告 / 288

第五章 政治思潮：理解模式之争

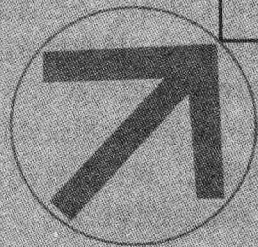
- 中国七城市居民如何看“民主”
——民众对民主的认知现状调查报告 / 310
- 中国百姓如何看苏联解体 20 年
——苏联解体 20 周年调查报告 / 322
- 中国民众对“稳定”支持度高
——街头政治民众态度调查报告 / 340
- 微博让中国民众更关注政治
——“微博问政”调查报告 / 348
- 中国民众如何看政治体制改革
——中国政治体制改革民意调查报告 / 367
- 中国人反对诺委会决定
——诺贝尔和平奖事件民众态度调查报告 / 380

附录

- 中国人国家自豪感“回归正常”
——中国人看世界 2010 年调查报告 / 394
- 中国百姓如何看稳定
——中国稳定局势民众预期调查报告 / 401
- 中国百姓如何看国家地位
——中国国际地位调查研究报告 / 404

第一章

国际视野：崛起中的大国心态



Global Landscape: Mentality of People in a Rising Power

- 多数受访者认为中国目前还不是或不完全是世界性强国
- 本·拉登死后，认为美国会把注意力转向中国的受访者超过了四分之一，达到了27.3%
- 55.6%的受访者认为，美国是造成朝鲜半岛危机不断的主要因素

中国人“世界强国”自信心上升

——中国人看世界 2011 年度调查报告

《环球时报》近日连续第 6 年在全国进行“中国人看世界”民意调查，调查内容包括中国民众如何看待中国的国际地位，中国与美、俄、日等国双边关系及最受关注的重大新闻事件等。此次调查最值得关注的的一个结果是，认为中国在军事和文化两方面达到世界性强国水平的受访者比例均有提升，特别是对“军事实力”的看法，认为达到世界性强国水平的比例增幅明显，比 2010 年提升 6.1 个百分点。此外，认为西方对中国“有明显的遏制行为”的受访者比例连续 3 年增长。复旦大学学者吴心伯表示，经过过去十几年的积累，2011 年中国科技和军事发展的标志性成果突出，民众感觉这有助于巩固中国的大国地位，自信心也提高。同时，随着中国的崛起和海外利益扩展，中国面临的挑战在不断扩大。北京大学国际关系学院教授朱锋认为，就像一个人，原来躲在家里，肯定没那么多外界的骚扰；现在走出去了，在更大的社会空间角逐利益和地位，外界压力和挑战肯定会持续扩大。

认为中国“军事实力”达世界强国水平的比例提升

此次调查由《环球时报》旗下的环球舆情调查中心采用随机抽样的计算机辅助电话调查方式，于 12 月 10 日至 25 日在北京、上海、广州、长沙、成都、西安、沈阳 7 个城市进行，调查对象为 15 岁及以上的普通市民。本次调查共回收有效问卷 1460 份，在 95% 的置信度下，允许抽样误差为 2.56%。

调查显示，在回答“您认为中国已经是世界强国了吗”这个问题时，有 14.1% 的受访者选择“是”，认为中国“还不完全是”的受访者占 51.3%，认为中国“不是”的受访者为 33.4%，1.3% 的受访者表示“不知道，说不清楚”。

与去年的调查相比，认为中国是世界强国的受访者比例上升 1.7 个百分点，民众对中国国际地位的认知信心略有提升。2008 年这一选项比例为 26.8%，是历年中最高的。认为中国“不是”和“不完全是”世界性强国的受访者比例分别比去年下降 0.7 和 1.5 个百分点。

接受《环球时报》采访的专家都认为，民众对中国国际地位的看法趋

于理性，而且越来越有自信心。中国社会科学院荣誉学部委员陆南泉也不赞成把中国说成是世界性强国。他认为，不能仅看 GDP 总量，还要看人均生活水平、文化、教育、军事力量、制度的影响等等。中央党校国际战略所教授高祖贵认为，中国是个大国，但不是一个强国，中国正走在世界强国的道路上。

当具体问到“中国已具备世界性强国的哪些条件”时，“经济实力”的提及率最高，超过四成（44.0%）；其次是“政治及外交影响力”，提及率为40.8%；再次是“军事实力”和“文化影响力”，提及率分别为36.0%和34.0%。此外，还有0.4%的受访者认为中国具备世界性强国的其他条件，如“航天科技方面”，12.9%的受访者认为中国不具备任何世界性强国的条件，另有4.5%的受访者表示“不知道，说不清楚”。

此次调查令人印象深刻的新现象是，认为中国在军事和文化两方面达到世界性强国水平的受访者比例均有不同程度的提升。特别是对“军事实力”的看法，认为达到世界性强国水平的比例增幅更为明显，比2010年提升6.1个百分点。认为中国的政治及外交和经济两方面具备世界性强国水平的受访者比例相对2010年均有减少；认为“政治及外交影响力”达到世界性强国水平的受访者比例再创历史新低，由2010年的42.1%下降到40.8%。

现代国际关系研究院经济安全中心主任江涌认为，近两年来中国军事和科技的进步明显，民众在这方面的认知是正常的。陆南泉认为，中国在外交上进展不显著。从民众选择结果来看，经济、政治、外交、军事、文化、科技等各方面的比例在接近，也说明中国的实力正向更加均衡的方向发展。高祖贵认为，中国在社会与文化方面还有待发展，花费的时间可能比争取经济增长要更多。

当问及“2011年最能提升中国国际地位的事件是什么”时，提及率最高的是“中国成功发射天宫一号”，占43.8%。27.2%的受访者认为是“在世界范围的经济不确定环境下，中国经济平稳增长，成为世界第二”。选择“中国的新一代隐形战斗机——歼-20试飞成功”和“汶川地震灾后恢复重建取得决定性胜利”的受访者比例分别为17.2%、17.0%。

调查显示，在最损害中国的国际形象的诸多事件中，“部分官员的贪污腐败”这一选项的提及率最高，达到65.3%，再次超过“产品的劣质和造假现象严重”选项（40.4%）。自2009年以来，受访者对“部分官员的贪污腐败”的关注度已连续3年上升。对“恶性生产安全事故”的关注度与去年相比也有较大幅度提升，从9.7%提升到了14.1%。

总体来看，受访者对“中国制造”的印象与2010年相比变化不大，持正面印象的受访者共占75.9%。值得注意的是，给予负面评价的受访者比例则

连续两年持续上升，由 2009 年的 19.5% 持续缓慢提升到今年的 21.3%。

民众感受西方遏制中国行动愈发明显

七城市的普通市民普遍感觉到，西方遏制中国的行为愈发明显，受访者中对未来中国所处的国际环境抱乐观态度的比例连续两年下降。

对于“西方是否正在遏制中国的发展”这个问题，共有 79.9% 的受访者认为西方有意图，或者有明显的遏制中国的行为。具体来看，这部分受访者中，认为西方“有明显的遏制行为”的受访者占总体人数的 45.3%，认为西方“有意图，但无明显的遏制行为”的受访者比例达 34.6%。此外，5.3% 的人认为遏制中国“只是有人说说而已”；8.5% 的受访者认为遏制中国“只是我们自己的感觉”。

自 2009 年以来，认为西方对中国“有明显的遏制行为”的受访者比例持续增长，2011 年相比 2009 年增加 14 个百分点。认为西方“有意图，但无明显的遏制行为”的受访者则持续减少，2011 年相比 2009 年则减少 12.8 个百分点。

遏制中国这个问题在中美关系中表现最为明显。当被问及“当前影响中美关系的最大问题是什么”时，“美国在战略上遏制中国”的提及率最高，达 37.1%。紧随其后的是“台湾问题”（33.1%）。其他提及率比较高的问题包括“人民币汇率争议”（23.7%）、“经贸摩擦”（22.6%）、“两国意识形态不同”（16.2%）以及“南海问题”（13.9%）。与此前数据进行纵向比较发现，“美国在战略上遏制中国”的提及率略有上升，依然是影响中美关系的最大因素。过去几年里一直比较热门的“经贸摩擦”问题以及“台湾问题”的影响力在下降。值得注意的是，本年度调查首次引入“南海问题”选项，提及率就超过一成（13.9%），最近一年的南海争端让不少民众更加意识到南海问题对中美关系的重要性。

对此，高祖贵认为，美国表示它的战略调整不是针对中国，也不是包围与遏制中国。美国过去没做到这一点，现在更不可能做到。

当问及“随着中国实力的增强，您认为中国未来所处的国际环境将会有什么变化”时，对未来有乐观预期的受访者一共占到八成多（80.7%），其中，认为国际环境会“越来越好”的受访者占 25.4%，“总体上将得到改善，但摩擦还会很多”的受访者占 55.3%。此外，有 12.4% 的受访者认为国际环境“总体上不会有太大变化”，仅有 4.0% 的受访者认为国际环境会“越来越差”。

与 2009 年以来的历史数据相比，对未来中国所处的国际环境持乐观预期的受访者（包括“越来越好”和“总体上得到改善，但摩擦还会很多”两个选项）比例逐年下降。2009 年这一比例为 86.8%，2010 年为 84.1%，2011 年为 80.7%。具体来说，认为国际环境会“越来越好”的受访者连续两年下

降，认为国际环境“总体上将得到改善，但摩擦还会很多”的受访者比例从2009年的50.7%增加到2010年的57.2%后，在2011年略有下降，为55.3%；认为国际环境“总体上不会有太大变化”的受访者比例连续两年小幅增长；认为国际环境会“越来越差”的受访者比例在2010年回落后，2011年相比2010年增加了0.5个百分点。

朱锋认为，中国人的“不安全感”在很大程度上来自于中国发展空间被急剧放大，利益追求面临的问题也多样化。另一方面，中国应对自身安全挑战的能力建设确实在不断提高，重要的是，中国人审视自己利益以及与世界关系的观念同样也需要与时俱进。

中俄、中国与东南亚国家关系重要性显著提升

在中国与周边国家的关系中，中俄、中日关系被认为最重要，分别有54.0%和35.5%的受访者选择了这两对双边关系。中俄关系的重要性自2009年首次超过中日关系后，在去年和今年持续上升，并且与中日关系重要性的差距逐渐拉大。

陆南泉认为，在外交上，中俄关系毕竟是战略协作伙伴关系，这与中日关系的定位不同。两国之间对外政策的相互依存度越来越高。在经贸方面，中日的贸易额大大超过中俄，但从发展潜力看，中俄略胜一筹。到2020年，中俄贸易额要达到2000亿美元，而且能源合作的重要性越来越明显。

调查发现，周边关系中的新现象是：中国与东南亚国家的关系也上升为民众心目中较重要的双边关系，有15.6%的受访者选择了这一选项，比去年提升5个百分点，上升到所有周边关系中的第三位。中国与朝鲜半岛的关系则在今年退到了中国与东南亚国家的关系之后，排在第四位（11.3%）。其他比较重要的双边关系有：中印关系（11.0%）、中国与巴基斯坦的关系（5.3%）、中国与中亚国家的关系（4.3%）、中国与蒙古的关系（3.1%）。高祖贵认为，随着中国的发展，中国对外关系格局的“总盘子”变大了，与其他地区强国的关系重要性在凸显，甚至中国与沙特、伊朗的关系都在发展与改变。

调查显示，中国民众不仅看重中俄关系，而且看好俄罗斯未来的发展。当问及“金砖国家中哪个国家的发展后劲更足”时，49.1%的受访者选择中国。在其他4个国家中，16.3%的受访者认为俄罗斯后劲较足，15.1%的受访者选择印度，选择巴西和南非的受访者比例均为6.6%，剩余6.3%的受访者表示对这个问题说不清楚。与去年相比，最看好俄罗斯的受访者增加了1.1个百分点，使俄罗斯由去年的第三位上升到第二位；最看好印度的受访者下降了2.2个百分点，由去年的第二位下降到今年的第三位。

在问及“您认为影响中国与东南亚国家关系的重大问题有哪些”时，“南

海的领土争端”和“美国等外部力量的介入”被认为是最重要的问题，提及率分别为59.0%、47.2%；认为“东南亚国家对中国威胁论的认同”、“贸易摩擦”是影响中国与东南亚国家双边关系重大问题的受访者均不足二成，提及率分别为19.7%、16.4%，还有0.2%的受访者提及能源等其他问题。

中美关系依然为影响最大的双边关系

调查显示，在中国民众心目中，世界各国范围内对中国影响最大的双边关系依次为：中美关系（76.6%）、中日关系（21.5%）、中俄关系（20.6%）、中欧关系（8.0%）、中国与朝鲜半岛的关系（6.4%）、中印关系（3.8%）、中非关系（1.8%）和其他（0.8%）。《环球时报》自2006年起连续6年的民众调查数据显示，中美关系和中日关系一直是民众心目中对中国影响最大的双边关系。

中国人民大学国际关系学院教授庞中英认为，中美关系是中国对外双边关系中的“重中之重”，这是近20年来主导中国外交界的观念。环顾外交现实，中美关系的确应该是中国对外双边关系中最值得优先发展的双边关系。

中日关系在受访者心中的地位除在2010年有一定幅度提升外，逐年下降。整体来看，民众对中日关系未来一年的发展走向预期并不特别乐观。57.3%的受访者认为未来一年中日关系将“基本维持现状”；11.7%的受访者认为中日关系“可能会恶化”；20.0%的受访者认为中日关系“将会有些改善”；4.4%的受访者认为两国关系“将会有明显改善”；6.6%的受访者表示说不清。

调查显示，与2010年相比，中欧关系的影响力有细微上升，但仍未恢复到2009年水平。此外，参与调查的七城市民众对于过去一年中韩关系的评价比较一般，认为两国关系“没什么变化”的受访者占半数。值得注意的是，认为“（两国）关系更紧张”的受访者比例（28.6%）明显高于认为“（两国）关系更进一步”的受访者15.0%。

在问及“您最关注非洲的哪些方面”时，受访者对非洲“经济困难及战乱”的提及率接近一半（46.6%）；关注非洲“丰富的资源”的受访者占到35.1%，位居第二；25.0%的受访者关注“中非传统友谊”；约二成（20.3%）受访者关注非洲的“自然景观”，表示“都不关注”的受访者为6.2%，还有0.9%的受访者关注非洲的其他方面，如非洲的干旱问题和文化。

“日本地震”和“利比亚”最受民众关注

问及“2011年哪些国际事件给您的印象最深刻”时，关注度位居首位的是“日本东海岸9.0级地震，福岛核事故升为7级”，近七成（67.0%）的受访者选择了此项；“利比亚前领导人卡扎菲被俘身亡”的关注度位居第二，为

57.4%；“基地组织头目奥萨马·本·拉登被击毙”、“多国联军对利比亚采取军事行动”两件事的关注度分别位居第三和第四，提及率分别是51.4%、44.7%。此外“美国纽约‘占领华尔街’抗议活动持续蔓延”、“世界人口达到70亿”等事件的关注度也在三成以上，分别为38.4%、31.1%。

调查显示，中国民众最喜欢的国家前四位的位次没有变化，依然是中国、美国、法国、澳大利亚。六成（60.6%）受访者最喜欢中国，表示喜欢其他国家的受访者均不足一成。喜欢美国的受访者比例位居第二，为6.9%，第三是法国，比例为3.9%，第四是澳大利亚，比例为3.6%。喜欢瑞士、加拿大、新加坡、韩国、意大利、英国、德国的受访者比例分别为2.1%、2.1%、1.8%、1.7%、1.2%、1.2%、1.0%。与2009年、2010年调查结果相比，喜欢中国的受访者比例有小幅提升，而喜欢美国、英国、德国、日本的受访者比例连续两年递减。

在回答“如果您有出国的机会，最想去哪个国家”时，占据首位的是“没有想去的国家”（19.7%），即二成受访者表示没有想去的国家，只想留在中国；位居第二的是美国，占到受访者的18.4%；第三是法国，选择此项的受访者比例为11.5%。表示想去澳大利亚、加拿大、新加坡、韩国、英国、日本、瑞士的受访者比例均在3%以上。

对此，江涌认为，西方在走下坡路，中国发展前景积极，现在更多人对老牌发达国家喜好下降。江涌表示，中国的历史规律显示，西方给中国的压力越大，中国的民族归宿感越强，对国家认同感的诉求就越强。从这个方面来说，压力也是动力。

（《环球时报》2011年12月31日第4版、第8版）

第一部分 主要发现

一、受访者对中国国际地位的看法

1.1 多数受访者认为中国目前还不是或不完全是世界性强国

- 仅14.1%的受访者认为中国是世界性强国

调查显示，对于中国是否已经是世界性强国的问题，仅一成（14.1%）受访者认为中国是世界性强国，而认为中国不是世界性强国的受访者占到三分之一（33.4%），此外认为中国“还不完全是”世界性强国的受访者超过一半（51.3%），还有1.3%的受访者表示“不知道，说不清楚”。

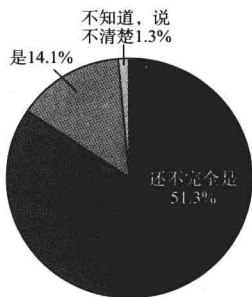


图 1-1 您认为中国已经是世界性强国了吗？(N^① = 1460)

注：因为四舍五入的关系，可能会出现各选项之和与 100% 有 0.1% 左右的差别，下同。

与 2010 年的调查相比，认为中国是世界强国的比例稍有上升，中国民众对中国国际地位的认知信心略有提升。本次调查中认为中国是世界强国的受访者比例比 2010 年上升 1.7 个百分点；认为中国“不是”和“不完全”世界性强国的受访者比例均比 2010 年略有下降，比 2010 年分别下降 0.7 和 1.5 个百分点。

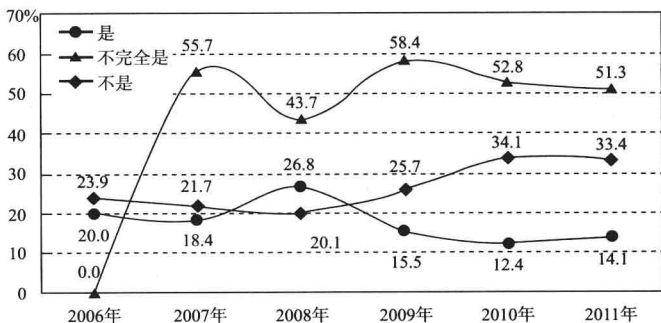


图 1-2 您认为中国已经是世界性强国了吗——2006 年 - 2011 年调查结果

1.2 认为中国经济实力、政治及外交影响力达到世界性强国水平的受访者比例最高

● 四成多受访者认为中国的经济实力达到世界性强国的水平

调查显示，问及“中国已具备世界性强国的哪些条件”时，“经济实力”的提及率最高，超过四成（44.0%）；其次是“政治及外交影响力”，提及率为 40.8%；再次是“军事实力”和“文化影响力”，提及率分别为 36.0% 和 34.0%。此外，还有 0.4% 的受访者认为中国具备世界性强国的其他条件，如“航天科技方面”，一成（12.9%）受访者认为中国不具备任何世界性强国的

① N 在统计学中表示样本容量，全书皆同。

条件，另有 4.5% 的受访者表示“不知道，说不清楚”。

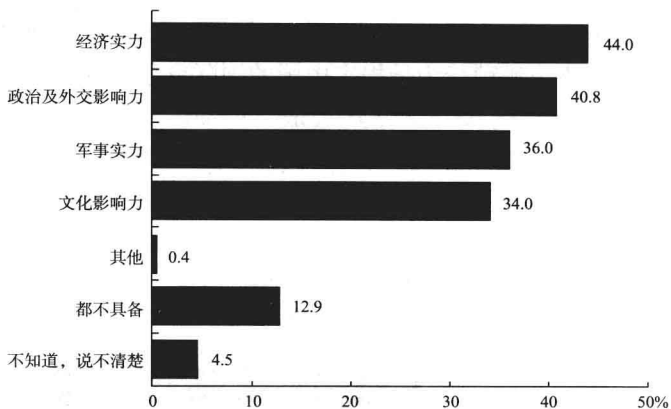


图 1-3 您认为，中国已具备世界性强国的哪些条件了？(N=1460)

注：此题为多选题，故各选项之和大于 100%。

- 认为中国政治及外交影响力、经济实力达到世界性强国水平的受访者比例下降；认为中国军事和文化影响力达到世界性强国水平的受访者比例上升

纵观六年的调查结果，2011 年认为中国的政治及外交影响力和经济两方面具备世界性强国水平的受访者比例相对 2010 年均有所减少；认为中国在军事和文化两方面达到世界性强国水平的受访者比例均有不同程度的提升；认为“军事实力”达到世界性强国水平的受访者比例增幅更为明显，比 2010 年提升 6.1 个百分点；认为“政治及外交影响力”达到世界性强国水平的受访者比例再创历史新低，由 2010 年的 42.1% 下降到 40.8%；认为中国不具备任何世界性强国条件的受访者比例自 2008 年以来持续上升，与 2010 年相比，2011 年上升到 12.9%。

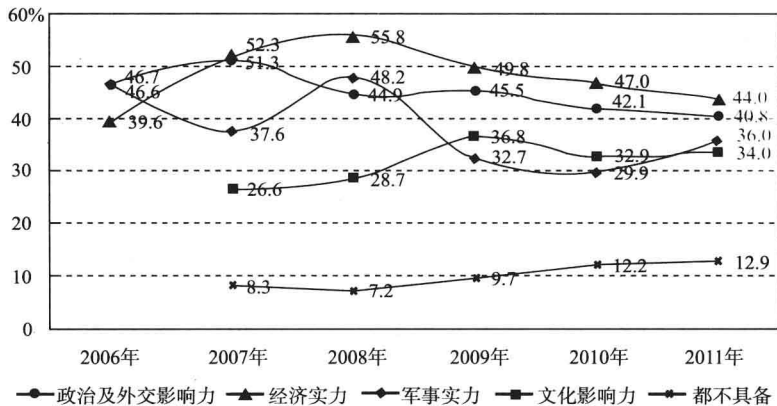


图 1-4 中国已具备世界性强国的哪些条件——2006—2011 年调查结果

1.3 多数受访者认为“部分官员的贪污腐败”最影响中国的国际形象

- 六成半受访者认为“部分官员的贪污腐败”最影响中国的国际形象

调查显示,问及“哪种行为最损害中国的国际形象”时,“部分官员的贪污腐败”提及率最高,达65.3%,其次是“产品的劣质和造假现象严重”,提及率达40.4%,第三是“环境污染”,提及率为27.9%。

此外,认为“国人的不文明行为”最影响中国国际形象的受访者比例达22.0%;提及“恶性生产安全事故”的受访者比例达14.1%。此外,还有1.6%的受访者认为其他事件最影响中国的国际形象,另有2.0%的受访者对此问题没有明确表态,表示“不知道,说不清楚”。

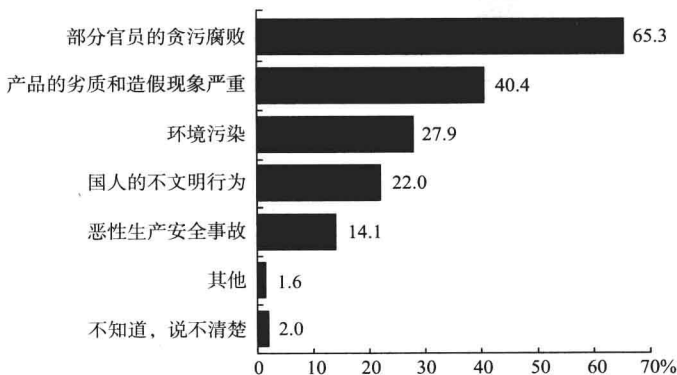


图1-5 哪种行为最损害中国的国际形象 (N=1460)

注:此题为最多选两项,故各选项之和大于100%。

- 受访者对官员贪污腐败有损中国国际形象的关注度持续提升

从数据历史走向来看,最损害中国的国际形象的诸多事件中,受访者对“部分官员的贪污腐败”关注度持续上升,自2009年以来,连续3年保持上升趋势,今年比2010年增加2.2个百分点。对“恶性生产安全事故”的关注度有较大幅度的提升,由2010年的9.7%提升到14.1%;对“产品的劣质和造假现象严重”的关注度也略有提升。2011年调查得知,受访者对“国人的不文明行为”和“环境污染”有损中国国际形象的关注度均有小幅度的下降,与2010年相比,分别下降3.1和4.0个百分点。

1.4 “中国成功发射天宫一号”被认为是2011年最提升中国国际地位的事件

- 四成多受访者认为“中国成功发射天宫一号”最提升中国国际地位

调查显示,问及“2011年最能提升中国国际地位的事件是什么”时,“中国成功发射天宫一号”的提及率最高,达43.8%,近三成(27.2%)受访者认为是“在世界范围的经济不确定环境下,中国经济平稳增长,成为世界第二”。