

国家发展与战略丛书
人大国发院智库丛书

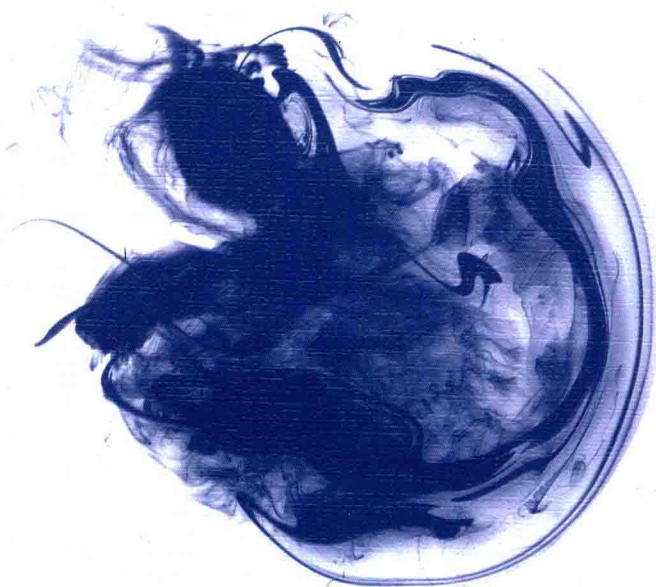
智庫 中社 智库丛书
Think Tank Series

主编 刘元春

中外人文交流与 国家形象构建

Sino-Foreign People-to-People Exchange
and National Image Building

韩冬临 著



中国社会科学出版社

4125
20187

智库
Think Tank Series

国家发展与战略丛书
人大国发院智库丛书

中外人文交流与国家 形象构建

Sino-Foreign People-to-People Exchange
and National Image Building

韩冬临 著



中国社会科学出版社

图书在版编目(CIP)数据

中外人文交流与国家形象构建 / 韩冬临著. —北京: 中国
社会科学出版社, 2017. 10

(国家发展与战略丛书)

ISBN 978 - 7 - 5203 - 0504 - 4

I. ①中… II. ①韩… III. ①文化交流—关系—
国家—形象—研究—中国 IV. ①G125②D6

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 114938 号

出版人 赵剑英
责任编辑 王茵
责任校对 王佳玉
责任印制 王超

出版 中国社会科学出版社
社址 北京鼓楼西大街甲 158 号
邮编 100720
网址 <http://www.csspw.cn>
发行部 010 - 84083685
门市部 010 - 84029450
经销 新华书店及其他书店

印刷 北京明恒达印务有限公司
装订 廊坊市广阳区广增装订厂
版次 2017 年 10 月第 1 版
印次 2017 年 10 月第 1 次印刷

开本 710 × 1000 1/16
印张 20.75
字数 214 千字
定价 86.00 元

凡购买中国社会科学出版社图书, 如有质量问题请与本社营销中心联系调换
电话: 010 - 84083683

版权所有 侵权必究

目 录

第一章 导论	(1)
一 中国崛起与软实力	(1)
二 研究的重要性	(8)
三 研究方法	(15)
四 本书的结构	(19)
第二章 人文交流与国家形象	(21)
一 定义	(21)
二 理论框架	(25)
三 小结	(35)
第三章 中外人文交流	(36)
一 经贸往来与人文交流	(36)
二 人文交流机制	(38)
三 人员往来	(45)
四 国际传播	(48)
五 小结	(49)

第四章	中国国家形象总述	(51)
一	现状与变化	(52)
二	东南亚国家眼中的中国国家形象	(58)
三	小结	(67)
第五章	印尼公众眼中的中国国家形象	(69)
一	背景	(69)
二	中国与印尼：双边关系回顾	(72)
三	数据、模型与变量	(73)
四	中国国家形象：趋势与分析	(81)
五	回归分析	(87)
六	小结	(93)
第六章	海外留学与国家形象	(96)
一	背景	(96)
二	研究方法	(98)
三	描述性统计	(100)
四	模型和变量	(107)
五	稳健性检验	(112)
六	小结	(120)
第七章	留学教育与跨国联系	(121)
一	背景	(121)
二	留学教育与跨国联系	(123)
三	研究方法	(127)

四	与日本的跨国联系	(132)
五	小结	(140)
第八章	留学美国与美国国家形象	(142)
一	背景	(142)
二	理论与假设	(144)
三	变量与模型	(150)
四	数据、样本与测量	(152)
五	数据分析	(159)
六	稳健性检验	(170)
七	小结	(175)
第九章	来华旅游与中国国家形象	(178)
一	背景	(178)
二	旅游与国家形象	(180)
三	数据与变量	(183)
四	数据分析	(187)
五	小结	(196)
第十章	来华留学与中国国家形象	(200)
一	研究方法	(201)
二	数据分析	(202)
三	小结	(218)
第十一章	中国公众眼中的日本国家形象	(219)
一	背景	(219)

二	中日经贸往来	(222)
三	日本国家形象现状	(224)
四	日本国家形象趋势与变化	(240)
五	小结	(249)
第十二章	非洲公众对中国对非援助的评价	(250)
一	背景	(250)
二	中国的对非援助	(256)
三	公众对援助评价的研究	(263)
四	数据与变量	(268)
五	分析与结果	(276)
六	小结	(283)
第十三章	总结与展望	(287)
附录一	调查问卷1	(293)
附录二	调查问卷2	(300)
参考文献	(308)
后记	(324)

第一章 导论

◇ 一 中国崛起与软实力

“这是最好的时代，也是最坏的时代。”这是查尔斯·狄更斯讲述法国大革命的经典小说——《双城记》的开头句，足以恰当地描述现今的中国与世界的关系。事实上，这一家喻户晓的引语涵盖了近年来中国的崛起、中国的“一带一路”战略，以及中国的国家形象的变化与发展。

根据传统的方法衡量国家的实力和地位，中国毫无疑问正在快速上升，并且日益成为世界性的大国。从军事实力来看，中国在东亚的军事能力快速上升，并且与美国的差距逐渐缩小。此外，中国的军事快速现代化是以其较小比例的军费开支实现的。虽然中国的军费开支增长很快，但是其总量仍然与其他发达国家，如英国、法国和日本类似，仅仅占据了世界军费开支总量的4%—5%，远低于美国。

在经济领域，中国取得了举世瞩目的成就。自2010年中国超越日本成为世界第二大经济体以来，国内生产总值稳居世界第二位，占世界经济总量的比重逐年上升。据国际货币基金组织的数据，2015年中国GDP占世界经济总量的比重为15.5%，比2012年提高了4个百分点。同时，中国与美国的GDP差距明显缩小，2015年GDP相当于美国的63.4%，比2012年提高了11个百分点。这些数字清楚地表明，对于中国对外政策的物质基础来说，现在的确是近代以来“最好的时代”。

但是在中国经济快速增长、硬实力快速提高的同时，中国的外交又面临巨大的挑战。那么，“最坏的时代”又意味着什么？大国的软实力，是使他国听命于己的能力，在这一领域，情况就变得不那么明朗了。一方面，作为新兴的大国，有越来越多的海外国家在外交中“倒向”中国；但是另一方面，中国并不能让其他国家完全照顾自身的利益关切。下面的几个例子是2013年以来中国外交中的大事。

（一）亚洲基础设施投资银行

2013年10月2日，习近平主席提出筹建亚洲基础设施投资银行（Asian Infrastructure Investment Bank，简称亚投行，AIIB）的倡议。亚投行是一个政府间性质的亚洲区域多边开发机构，重点支持基础设施建设，成立宗旨是为了促进亚洲区域的建设互联互通化和经济一体化的进程，并且加强中国及其他亚洲国家和地

区的合作。2014年10月24日，包括中国、印度、新加坡等在内的21个首批意向创始成员国的财长或授权代表在北京正式签署《筹建亚投行备忘录》，共同决定成立亚洲基础设施投资银行（AIIB），标志着这一中国倡议设立的亚洲区域新多边开发机构的筹建工作将进入新阶段。2015年6月29日，《亚洲基础设施投资银行协定》（以下简称《协定》）签署仪式在北京举行。亚投行57个意向创始成员国财长或授权代表出席了签字仪式，其中已通过国内审批程序的50个国家正式签署《协定》，分别是：澳大利亚、奥地利、阿塞拜疆、孟加拉国、巴西、柬埔寨、文莱、中国、埃及、芬兰、法国、格鲁吉亚、德国、冰岛、印度、印度尼西亚、伊朗、意大利、以色列、约旦、哈萨克斯坦、韩国、吉尔吉斯斯坦、老挝、卢森堡、马尔代夫、马耳他、蒙古国、缅甸、尼泊尔、荷兰、新西兰、挪威、阿曼、巴基斯坦、葡萄牙、卡塔尔、俄罗斯、沙特、新加坡、西班牙、斯里兰卡、瑞典、瑞士、塔吉克斯坦、土耳其、阿联酋、英国、乌兹别克斯坦、越南。截至2016年8月31日，亚投行有57个正式成员国。另有正式申请加入亚投行的国家已经超过30个。到2017年年底，亚投行成员国预计会达到85个。

然而，虽然亚投行的倡议得到了诸多国家的响应，但是与此同时，日本与美国迄今都没有加入亚投行，拉美和欧洲国家参与亚投行的比例并不高。即使是在加入亚投行的国家中，仍然有部分国家虽然签署了加入亚投行协议，但是尚未通过国内审批程

序。因此，亚投行想挑战现有的国际金融机构，例如世界银行和国际货币基金组织还存在诸多困难。

（二）双边投资协定

中国自 1982 年与瑞典签订第一份双边投资协定（BIT）之后，以平均每年 4.2 份的速率增长，据不完全统计，截至 2015 年 1 月中国至少已与 123 个国家签订过 134 份双边投资协定，其扩散情况与世界范围内的整体情况基本相符，^①但也存在着一些区别，如 2000 年后中国双边投资协定（BITs）的签订并未直线下降，在 2001 年和 2005 年等年份还出现了相当程度的增长，这或许与 2001 年中国将“走出去”上升为国家战略有关。^②中国双边投资协定签署的对象国主要集中在欧洲（45 份）、亚洲（40 份）和非洲（30 份），这与中国的自由贸易协定（FTA）伙伴国的分布相比进一步突破了地缘限制。^③从发展程度来看，中国签署双边投资协定的对象国在 1992 年前以发达国家居多，之后中国与发展中国家之间签订的双边投资协定日益增加^④。这一方面

① 据统计，1982—1989 年，中国平均每年签订 3.0 份双边投资协定；1990—1999 年为 6.6 份，2000 年至今为 3.1 份。参见陈兆源、田野、韩冬临《双边投资协定中争端解决机制的形式选择——基于 1982—2013 年中国 BITs 签订的实证研究》，《世界经济与政治》2015 年第 3 期。

② 国务院：《中华人民共和国国民经济和社会发展第十个五年计划纲要》，《人民日报》2001 年 3 月 18 日第 1 版。

③ 在中国目前已签订及在建的 18 个自贸区涉及的 33 个国家和地区中，亚洲国家/地区为 25 个，占 75.8%。数据参见商务部中国自由贸易区服务网，<http://fta.mofcom.gov.cn/>（登录时间：2015 年 1 月 11 日）。

④ 发达国家和发展中国家划分参见 IMF, *World Economic Outlook: Recovery Strengthens, Remains Uneven*. Washington, 2014, pp. 160 - 161.

固然有詹德亚拉等所谓“理性效法或规范串联”的原因，即中国希望通过签订更多的双边投资协定来传递启动市场经济改革的信号；但另一方面的原因同样不可忽视，即随着中国经济的快速增长以及国家相应政策的变化，对外投资的内生动力大大提升，其他发展中国家便成为理想的投资对象。

虽然中国作为缔结双边投资协定最多的国家之一，并且已与至少 123 个国家签订过相关的双边投资协定，但是至今仍然没有与美国和欧盟两个世界最大的经济体签署双边投资协定。同时，中国签署的双边投资协定中争端解决机制国际化程度较低，签署协议以后对中国投资的促进作用并不十分明显。

（三）自由贸易区建设

2002 年，中国与东盟签订第一个自由贸易区协定（简称自贸区，FTA），自此开始了中国的自贸区实践，并且不断推行自贸区战略。中共十八届三中全会提出要以周边为基础加快实施自由贸易区战略；在 2014 年 12 月就加快自由贸易区建设进行的第十九次集体学习中，国家主席习近平还指出要加快实施自由贸易区战略，逐步构筑起立足周边、辐射“一带一路”、面向全球的自由贸易区网络等。

就自贸区签署的进展程度而言，中国于 2002 年与东盟签订 FTA，2006 年与巴基斯坦签署 FTA 协议，2008 年与新加坡缔结 FTA。截至 2017 年年初，中国已经签署了 14 个自贸协定，涉及

22个国家/地区，包括澳大利亚、韩国、智利、新加坡、哥斯达黎加、瑞士、韩国、冰岛、秘鲁、新西兰、巴基斯坦等国家/地区。同时，中国与斯里兰卡、格鲁吉亚、以色列、挪威等国家进行了自贸区的谈判。^①

通过自贸区的战略，中国通过开放国内市场让周边国家共同分享中国发展的机会和经济红利，希望借此消解周边国家对发展的疑虑，使其将中国的经济增长与国家崛起视为一种机遇而非威胁，以地区主义的方式和路径改善中国与周边国家之间的关系。^②然而，自贸区的建设同样面临多方面的挑战，包括多边贸易谈判进展缓慢，欧美自贸区建设对中国自贸区的制约，以及中国自身改革开放面临的产业开放、体制机制的制约。^③因此，虽然中国一直力推自贸区战略，但是签订的自贸协定并不多，并没有建立起全球自由贸易的网络。

（四）“萨德”入韩

东北亚的安全问题一直是国际政治的热点问题。韩国国防部部长韩民求2016年5月3日在韩国国会表示，韩美双方已决定由美方承担部署“萨德”反导系统计划和运作费用。2016年7月8日美国和韩国正式宣布将在韩国部署“萨德”反导系统，

① 关于中国与周边国家签订的 FTA 情况，数据来源于中国自由贸易区服务网。

② 唐世平、张蕴岭：《中国的地区战略》，《世界经济与政治》2004年第6期。

③ 朱思翘、张天龙：《“一带一路”与“TPP”合纵连横背景下我国自贸区建设的机遇和挑战》，《地方财政研究》2015年第11期。

引发韩国国内巨大争议以及周边国家强烈不满。韩美将部署“萨德”系统的消息一经宣布，中国外交部立即通过其官网发表声明称：“美韩部署‘萨德’反导系统，无助于实现半岛无核化目标，不利于维护半岛和平稳定，与各方对话协商解决问题的努力背道而驰，将严重损害包括中国在内本地区国家的战略安全利益和地区战略平衡。”“中方强烈敦促美韩停止‘萨德’反导系统部署进程。”^① 中国外交部当天召见韩国驻华大使金章洙和美国驻华大使博卡斯，就两国决定部署“萨德”提出强烈抗议。

然而，即使中国强烈反对，韩国政府仍然仍一意孤行，坚持在韩国部署“萨德”。即使时任韩国总统的朴槿惠被曝出闺蜜干政丑闻，面临被弹劾的危险，仍坚持认为韩国部署“萨德”系统是正确的：“现在萨德问题依然备受争议，但可以肯定的是萨德部署势在必行。（作出）萨德部署的决定是正确的，对于韩美同盟而言是至关重要的。”^② 在韩国出现大规模的倒朴运动后，韩国军方和保守派趁乱强行加快部署，造成“萨德”部署的既成事实。2017年文在寅当选韩国总统后，“萨德”部署再起风波，但仍难以在半岛撤走“萨德”。

这些片段之间存在什么共同点？一方面，中国倡导的各种国际经济合作，得到世界各国的积极响应：既有中国的周边国家，

^① 外交部声明，2016年7月8日，<http://www.fmprc.gov.cn/web/zyxw/t1378537.shtml>。

^② 《韩国执意要部署“萨德”泡汤的可能性有多大？》，搜狐网，2017年2月3日，<http://news.sohu.com/20170203/n479858989.shtml>。

也有遥远的非洲、拉丁美洲国家；既有中国传统的友好国家，也有与美国有长期良好关系的同盟国；既有发达的经济体，也有发展中国家；既有民主国家，也有政治有待发展的国家。另一方面，虽然中国倡导的互惠合作，得到了广大国家的响应，但是仍然面临诸多的难点。周边国家虽然经济上与中国存在相互依存的关系，但是在安全领域仍然依赖于美国。因此，一旦美国霸权因素介入中国周边地区，周边国家仍然可能会倒向美国而不顾中国的利益。

类似的案例表明了在中国不断走向大国的基础上，在硬实力不断提升的过程中，能够逐渐地实现其战略目标。“软实力”可以通过一个国家的外交政策来实现，不过这个途径不够直接：“一个国家可能会得到它在世界政治中想要的结果，因为别的国家想要跟随它，欣赏它的价值，模仿它的案例，实现它的富裕及开放程度。”^① 因此，研究需要分析如何有效地提升中国的软实力，而人文交流正是中国提升软实力各种途径中最重要的途径之一。

◇ 二 研究的重要性

研究人文交流与中国国家形象具有多方面的意义。外国公众

^① Joseph Nye, *Soft Power: The Means to Success in World Politics*, New York: Public Affairs, 2004.

的态度可以多方面地影响国家的外交政策。正如阿尔蒙德 (Gabriel Almond) 对美国外交政策的早期研究发现, “关切的民众” (attentive public) 一般占人口的小部分, 但是他们对政治有兴趣, 并且十分了解政府的运作, 因此能对政府的外交政策产生影响。^① 在民主的国家中, 公众的偏好也可以通过选举或者议会政治来影响国家的外交政策。根据美国的研究, 美国公众对苏联印象的改善, 一定程度导致了 20 世纪 80 年代后期美苏关系的改善。^② 公众的态度可以在一定程度上影响国家的外交政策, 所以中国有必要了解和研究世界各国公众对中国的态度, 并且分析其来源, 以作为中国外交政策制定的依据之一。

外国国家的公众舆论中, 国家形象是公众对某个国家国际形象的总体认知和评价。其中, 公众对外国国家的态度和情感, 是公众的国际观的重要内容。两国公众间友好、相互欣赏和仰慕, 有利于双边和睦友好的外交关系。反之, 公众之间敌对的态度, 不利于改善双边关系。对中国而言, 中国国家形象体现了中国的软实力, 反映了外国公众对中国的看法。对走向世界大国的中国而言, 国家形象建设具有重大现实意义。习近平在 2014 年中央外事工作会议中指出, “要提升我国软实力, 讲好中国故事, 做

^① Gabriel A. Almond, *The American People and Foreign Policy*, New York: Harcourt Bruce, 1957.

^② Mark Peffley and Jon Hurwitz, “International Events and Foreign Policy Beliefs: Public Response to Changing Soviet-U. S. Relations”, *American Journal of Political Science*, Vol. 36, No. 2, 1992, pp. 431 - 461.

好对外宣传”^①。当然，良好的中国国家形象也有助于中国企业“走出去”，成为进一步扩大各国民间友好交往的基础。

从更加广阔的国际关系角度来说，海外公众对中国的看法，是中国“软实力”的体现。在约瑟夫·奈的定义中，软实力包括的是“吸引力”，是文化、政治价值和外交政策三方面的资源。^②与“硬实力”相反，软实力是通过吸引力或利诱，而非威逼达到目的，是一国综合实力中除传统的、基于军事和经济实力的硬实力之外的另一组成部分。^③因此，如果一个国家对其他国家的公众在文化上、政治上充满吸引力，我们可以认为该国有强大的软实力。从外交的角度来说，外国公众对中国的态度也反映了中国对海外国家公众外交政策的成败——公众外交政策的目标就是培养对方国家对本国的好感。一个成功的公众外交应该能够得到对方国家公众的好感；相反，失败的公众外交得到的是对方国家公众的厌恶感。因此，海外公众对中国的情绪起伏的变化，也可以测量中国外交政策的成败。

对中国而言，随着世界第二大经济体地位的确立，塑造良好的中国形象，成为近年来中国对外战略发展的重要组成部分。就

① 《习近平出席中央外事工作会议并发表重要讲话》，新华网，2014年11月29日，http://news.xinhuanet.com/2014-11/29/c_1113457723.htm（2016年3月32日浏览）。

② Joseph Nye, *The Paradox of American Power: Why the World's Only Superpower Can't Go It Alone*, London: Oxford University Press, 2002, pp. 8-12.

③ Joseph Nye, *Soft Power: The Means to Success in World Politics*, New York: Public Affairs, 2004.