



◇ 2016年主题出版重点出版物 ◇

文化经济学的 “一带一路”

B&R

Charming Cultural Economy

赵磊 ○ 著

◎ 大连理工大学出版社



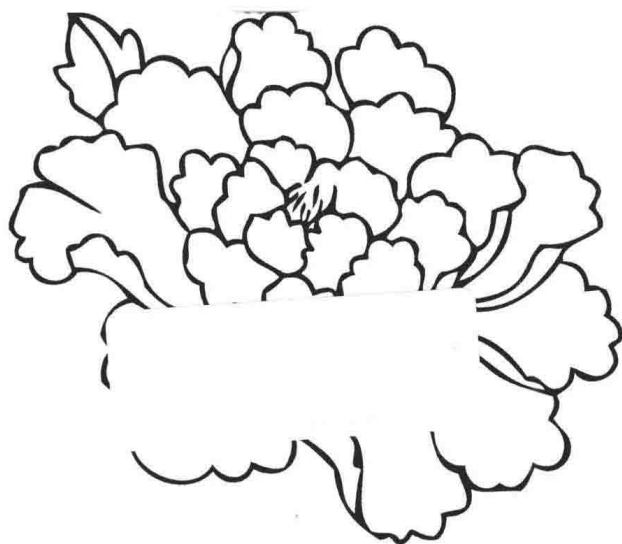
国家出版基金项目
NATIONAL PUBLISHING FOUNDATION

◇ 2016年主题出版重点出版物 ◇

文化经济学的 “一带一路”

Charming Cultural Economy

赵磊 著



图书在版编目(CIP)数据

文化经济学的“一带一路” / 赵磊著. — 大连 :
大连理工大学出版社, 2016. 5(2017. 8 重印)
ISBN 978-7-5685-0606-9

I. ①文… II. ①赵… III. ①文化事业—国际合作—
文化经济学—研究—中国 IV. ①G125

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 246904 号

大连理工大学出版社出版

地址:大连市软件园路 80 号 邮政编码:116023

发行:0411-84708842 邮购:0411-84708943 传真:0411-84701466

E-mail: dutp@dutp. cn URL: <http://dutp. dlut. edu. cn>

北京利丰雅高长城印刷有限公司印刷 大连理工大学出版社发行

幅面尺寸: 170mm×240mm	印张: 19.5	字数: 280 千字
2016 年 5 月第 1 版		2017 年 8 月第 5 次印刷

责任编辑: 邵婉王洋	责任校对: 千川
装帧设计: 李小超	

ISBN 978-7-5685-0606-9

定 价: 70.00 元

本书如有印装质量问题, 请与我社发行部联系更换。

序

这是我的第二本有关“一带一路”的专著。第一本书是《“一带一路”：中国的文明型崛起》，第二本书是《文化经济学的“一带一路”》，两本书都是我对这三年有关“一带一路”调研和学习的阶段性总结。两本书的内容不同，但切入点都是文化、文明。一个是从文明的角度谈崛起，一个是从文化的角度谈经济。还有一个共同点，就是所有的文字基本上都是一步一步“走出来”的。

2013年9月，我开始深入研究与调研“一带一路”，并主持了中央党校“一带一路”重点研究课题。2015年5月，我推动成立了一带一路百人论坛，这一论坛是国内少有的专注于“一带一路”研究的网络型智库。三年里，我一直在国内省份调研，从西北地区的新疆、陕西、甘肃、宁夏、青海到西南地区的云南、广西、四川、重庆，从沿海省份的辽宁、山东、浙江、江苏、福建、广东、海南到内陆省份的内蒙古、山西、河北，从北端的满洲里、二连浩特到西端的红其拉甫、霍尔果斯，“一带一路”使我有了全面深入了解中国的机会。近50篇“一带一路”研究报告上报中央，是多部委与省市“一带一路”规划的特聘专家，并为数十个省市中心组、央企中心组讲授“‘一带一路’与中国跨越式发展”“文化经济学的‘一带一路’”。

与此同时，从以色列、澳大利亚、美国，到欧洲的英国、意大利、捷克、波兰，再到亚洲的韩国、日本、新加坡、柬埔寨等，“一带一路”也使我有了深入了解国际社会的机会。很多外国政要由衷地为中国的倡议点赞，他

们承认：“一带一路”不仅是“路”，更是“道”；中国不是一个“小富即安”的国家，而是一个文化共同体，正在帮助国际社会打造利益共同体、责任共同体和命运共同体，“一带一路”是大道之行。在澳洲，我了解到了中医药非常受欢迎，以至于澳大利亚成为首个以立法方式承认中医合法地位的西方国家。的确，“一带一路”创造了中国与国际社会相互了解与相互欣赏的机会，创造了打通己学和彼学的机会。

在调研中，我一方面看到了诸多“痛点”，如目前的“依赖惯性”，即中国城市对国有企业有依赖，国有企业对能源、矿产等稀缺性资源有依赖，当能源资源价格下跌时，城市和企业同时依赖土地。与此同时，民营企业对国有企业有依赖，对房地产有依赖，即民营企业基本上是依附国有企业和房地产生存的。这种“依赖惯性”导致中国企业不愿意“走出去”，创新、诚信、品质以及品牌意识薄弱，导致中国城市越来越“千城一面”，缺乏艺术气质、文化品位。

与此同时，我又常常被感动，看到诸多企业在精准发力，它们不仅在生产经济红利，也在创造文化红利。在新疆喀什，在南疆最大的国有企业，一位维吾尔族朋友对我讲，他最喜欢唱的歌是国歌，祖国的进步是实实在在的，每一位少数民族同胞都是祖国建设的螺丝钉。在捷克首都布拉格的中餐厅，老板是浙江青田的华侨，他热情地介绍华人地位的改变：20年前刚来捷克的时候，中国人的社会地位还不如越南人，但今天，捷克以及其他西欧国家都希望同中国搞好关系，做中国人的荣誉感每天都在增强。在柬埔寨，一位扎根10年的中国企业家讲，中国企业刚来的时候，当地人下雨都不打雨伞，也不说话。但今天，中国企业不仅为当地人解决了就业问题，还为年轻人提供了来华进修留学的机会。一个显著的变化是，下雨的时候，厂区的年轻人打着五颜六色的雨伞来上班，欢快蹦跳，成为一道美丽的风景。

“春江水暖鸭先知”，企业家是最具敏锐性的群体，他们的状态就是文化与经济的晴雨表。有一位“百人论坛”的企业家说，利他到极致就是精品，他会坚持中国传统文化中最精髓的要素。有一次，一位民营企业的总经理兴奋地与我分享，她非常钦佩公司的董事长，该董事长一进办公室就“亢奋”，他的人生格言就是：“我是为企业的1万多名员工打工的，我希望信任我的所有员工都能够体面地生活。”董事长的精力都在工作上，甚至他获得了全国五一劳动奖章也从不张扬，全公司没有一个人知道。有一位国有企业负责人对我讲：“国有企业最怕流失的，不是资本，而是人才。我的工作重点是打造世界一流的企业文化，把人才留住，使优秀的人才在一起能够发挥‘ $1+1>2$ ’的化学反应。”他也做到了，2014年越南发生反华游行时，越南分公司的越南籍员工站在厂门口自发地保护公司资产。

我于2007—2009年在清华大学从事博士后研究，其间有人感叹：为什么中国最好的大学（清华大学、北京大学等）的毕业生对美国的贡献也许大于对中国的贡献？今天，在“一带一路”伟大事业的激励下，人才向中国回流、聚集，文明型中国需要社会精英，对精英的评判标准不论出身、不分国籍，关键是看是否有精英意识（批判性思维、独立性思考、跨学科知识、国际化视野、高度的社会责任）。当然，一带一路百人论坛也有很多令我感动的故事，大家不求名利，充满激情，只为使命。

专家是为“一带一路”服务的，而不是与之相反的。就我的状态而言，一年365天，260多天在路上，就是希望把“一带一路”的真实情况了解透彻，能够不断完善相关决策。在调研中，祖国地域之辽阔（从北京到海南飞行距离2500千米，从北京到乌鲁木齐飞行距离2650千米）使高铁、汽车、飞机成为我每天的“挚友”。由于一直在“路上”，加之祖国天南海北温差极大，去年我得了严重的咽炎，一说话就咳嗽，但每听到一个温暖的故事

事、每遇到一位有远见的企业家，我都兴奋不已、充满能量，愈加坚信中华民族是有希望的。对待“美好”的最好态度就是分享，最怕的就是默然，好也不说、坏也不说，“美好”就越来越暗淡了。

2016年3月28日，在参加《“一带一路”年度报告：从愿景到行动（2016）》发布暨百人论坛专家峰会时，我略有遗憾地说：自2013年9月至今，国内外对“一带一路”的认知，逐渐形成了两个群体，一个群体依然对此一无所知，分不清是“一带一路”还是“一路一带”，分不清是“新丝绸之路”还是“古丝绸之路”，反美战略、过剩产能等是基本印象。另一个群体对“一带一路”有审美疲劳，一看到这四个字就忍不住翻篇，认为相关成果实在是缺乏新意。对此，不能自娱自乐、老炒旧货。

在一带一路百人论坛第二届年会上，我高兴地分享：其实，“一带一路”还有第三个群体，即早已上路、默默无闻打造精品的人群。这类人多了，是件好事，他们如同蒲公英，他们的专注、投入、热情会直接消减前两类人的抱怨、纠结、冷漠。如果说2013年是“一带一路”提出之年、2014年是规划之年、2015年是顶层设计和理论支撑之年，那么2016年就要打造标志性项目，开始用事实说话，用能够说服自己的精品案例去说服沿线民众。在这一阶段，“一带一路”要由泼墨写意进入工笔细描。

当然，必须承认“一带一路”依然存在很多问题，“一带一路”才刚刚“上路”，我们要确保这一倡议有效落地，而不是“虚热”。最近几年，“一带一路”的活动和项目越来越“高大上”，但内容供给严重不足：①“等靠要”现象依然存在，精品太少，为此要避免“粗制滥造”；②地方、企业按部就班，之前该做什么现在还做什么，为此要避免“传统惯性”；③“一带一路”内涵无限扩大、无所不包，但是边界越来越模糊，为此要避免“天方夜谭”；④理论研究支撑与现实案例支持不够，玄学或“边走边学”情况凸显，为此要避免“虚热空洞”。如何破局？文化经济学就是一种尝试。

2000 多年前,出现了一条举世瞩目的丝绸之路,这条路不是人们修出来的,而是人们一步步“走出来”的。为什么那个年代的外国人要披荆斩棘,冒着生命危险来到中国?原因可能很简单,即那个时候的中国是有极大魅力的,有这些沿线国家最需求的东西:一个是有形的产品,如丝绸、瓷器、茶叶等;另一个是无形的产品,如先进的文化、思想、理念、制度、价值等,甚至包括中国人眼中的精气神。

文化经济学是本书的文脉,也是理解“一带一路”内涵与前景的关键词。国内外很多学者常用地缘政治学或政治经济学的工具去分析“一带一路”,但我更愿意将“一带一路”视为文化经济学的典型案例。什么是“一带一路”产品?只有同时实现经济收益与文化收益,即实现“双收益”的,才是中国想要的、真正能够赢得国际社会尊重的“一带一路”产品。换句话说,“一带一路”受欢迎,不仅因为它是一个给各方带来实惠、令人震撼的经济事件,更因为它能够成为一个备受关注、引起共鸣、令人称道的文化事件。

要实现世界经济再平衡,必然要处理好经济与人文的关系。未来的风向是经济文化化、文化经济化,经济文化一体化的趋势越来越明显,文脉与商脉相辅相成。企业以及城市要很好地适应未来发展的风向,即从功能定位走向人文定位。文化经济学,就是读心、暖心、攻心的过程,就是打造经济与文化精品的过程。其中,人文交流是“通心工程”。中国在推进“一带一路”的进程中,要善于学习,要善于从别人的有益经验中获取完善自身的知识、视角和思路。

在国际舞台,文化不仅是阳春白雪,更是刀光剑影;文化不仅是历史遗迹,更是行走的经济。就文化软实力而言,要让中国文化“行走”起来,“行走”的关键就是让国人的眼神中充满对文化的坚定与灵动,同时能够激发国际社会分享中国文化与价值的冲动,既喜欢中国做什么,更欣赏中

国是什么。

“一带一路”才刚刚“上路”，“一带一路”的故事才刚刚展开，需要更多常在路上、总倒时差、老换水土、不断寻找思路，时时被刺痛但频频被感动的“一带一路人”。

阅读本书，希望各位读者不仅能够获取“一带一路”的基础知识，更希望有更多的国人能够参与到“一带一路”的建设中来，在服务国家的同时，实现自我价值。我最敬佩的人，是既实现了个人价值，又对国家和世界进步有贡献的人。

文字如同孩子，看到好的文章，我总是爱不释手，但和文字待久了，陪伴自己女儿以及家人的时间就少了。感谢我的妻子对我的理解和支持。

让我们共勉：文化是行走的经济，经济是可持续的美好，美好是认真展现的态度，态度是由内而外的文化。

于海淀区大有庄

2016年5月

打通发展“痛点”，仰望人文“高点” / 3

进一步明确“一带一路”的内涵实质 / 3

“一带一路”的起点：痛点经济学 / 6

“一带一路”的十大“痛点” / 15

“一带一路”的高点：文化经济学 / 30

“一带一路”依然有粗放惯性 / 35

他山之石：学习新加坡的“轻巧精准” / 37

国际秩序变化与中国对外战略 / 42

世界格局与国际秩序的不均衡变动 / 42

中国对外战略的核心架构 / 46

世界经济再平衡 / 59

杭州 G20：中国开启全球治理的主场外交 / 63

“一带一路”要打造人文格局 / 70

文明互鉴是人文格局的动力 / 71

民心相通是人文格局的基础 / 74

文化自信是人文格局的前提 / 77

文化软实力是人文格局的目标 / 81

让中国文化“行走”起来 / 87

语言铺路才能文化通心 / 87

维护国家文化安全,需要中华文化旗舰项目 / 89

打造有温度的文创精品 / 93

文创产业要融入丝路城市的血脉 / 95

“一带一路”要精准发力 / 99

重点区域:中东欧、中亚、东南亚、西欧 / 99

重点国别:友好、具有杠杆效应的国家 / 108

重点领域:互联互通、产能合作、人文交流 / 112

重点项目:供需两侧精准对接 / 114

“一带一路”要有标志性项目 / 117

“一带一路”建设的四大短板 / 117

标志性项目必须实现三个结合 / 119

“一带一路”的关键要素:开放 / 130

动态系统评估“一带一路” / 134

高铁项目:雅万铁路 / 134

港口项目:瓜达尔港 / 137

丝路基金项目:卡洛特水电站 / 139

国际产能合作项目:中白(白俄罗斯)工业园 / 142

海外自贸区项目:莱基自贸区 / 144

“一带一路”建设亟须解决中企软实力“软肋” / 147

软实力是中企的最大软肋 / 147

恶补软实力的具体建议 / 150

感受华为“经济热度”背后的“文化温度” / 152

创新模式:从0到1、从1到N、从1到壹 / 153

华为精神:一旦咬住,绝不松口 / 154

华为优势:在“冬天”中“苦学” / 156

华为定位:全球化,而非国际化 / 160

“狼性”:就要挑食,只做高端 / 161

“一带一路”的中国城市 / 164

“一带一路”的四大区域 / 164

“一带一路”需要什么样的中国城市 / 166

江苏镇江:打造江河联动、文化经济并行的“丝路城市” / 173

港台要抓住“一带一路”机遇 / 186

避免“边缘化”,香港要与“一带一路”相向而行 / 187

“5·20”之后,警惕蔡英文要打的九张牌 / 190

“一带一路”助港台再次腾飞 / 194

“一带一路”需要智库渠道、智力支持 / 199

“一带一路”的智库作用 / 199

智库就是要确保决策科学 / 201

国内智库对“一带一路”的认知 / 204

国际智库对“一带一路”的认知 / 205

国际智库对“一带一路”的具体建议 / 209

“一带一路”智库建设的标志性事件 / 216

讲好“一带一路”故事 / 228

努力完善“一带一路”的外宣工作 / 228

及时纠正对“一带一路”的错误认知 / 229

以“互联互通”激活“新未来” / 232

周边国家的民族情势对“一带一路”建设的影响 / 235

周边国家民族问题的类型和特征 / 236

周边国家民族问题的“风险外溢” / 241

“一带一路”要对周边民族风险未雨绸缪 / 249

“一带一路”柬埔寨调研报告:打造“样板国家” / 253

柬埔寨具有成为“一带一路”样板国家的基本条件 / 254

把柬埔寨打造成为“一带一路”样板国家的具体建议 / 256

“一带一路”澳大利亚调研报告:打造“节点国家” / 260

踌躇满志——中资企业对“一带一路”的总体认知 / 260

雾里看花——澳方对“一带一路”的总体认知 / 263

因势利导——尽快打造中澳“一带一路”的标志性项目 / 265

“一带一路”欧洲调研报告 / 268

欧洲四国总体情况及合作重点 / 268

西欧是“一带一路”的成熟市场 / 284

以中欧合作促亚欧大陆时代的来临 / 289

“一带一路”才刚刚上路 / 292

进一步梳理“一带一路”的现实挑战 / 292

确保“一带一路”可持续、受尊重的十条建议 / 294

后 记 / 299

2016 年是“一带一路”倡议进入战略推进期的关键之年。“一带一路”受到了国内及国际社会的广泛关注和热烈讨论,百度上与此有关的词条高达 3330 万条;在中国知网输入“一带一路”,可以找到 256187 篇期刊文章或学术论文(截至 2016 年 9 月 1 日)。2016 年 4 月 29 日,中共中央政治局就历史上的丝绸之路和海上丝绸之路进行第三十一次集体学习。中共中央总书记习近平在主持学习时强调,“一带一路”建设是我国在新的历史条件下实行全方位对外开放的重大举措、推行互利共赢的重要平台。

2016 年 8 月 17 日,中共中央总书记、国家主席、中央军委主席习近平在北京人民大会堂出席推进“一带一路”建设工作座谈会并发表重要讲话时强调,总结经验、坚定信心、扎实推进,聚焦政策沟通、设施联通、贸易畅通、资金融通、民心相通,聚焦构建互利合作网络、新型合作模式、多元合作平台,聚焦携手打造绿色丝绸之路、健康丝绸之路、智力丝绸之路、和平丝绸之路,以钉钉子精神抓下去,一步一步把“一带一路”建设推向前进,让“一带一路”建设造福沿线各国人民。习近平就推进“一带一路”建设提出八项要求:

一是要切实推进思想统一,坚持各国共商、共建、共享,遵循平等、追求互利,牢牢把握重点方向,聚焦重点地区、重点国家、重点项目,抓住发展这个最大公约数,不仅造福中国人民,更造福沿线各国人民。中国欢迎各方搭乘中国发展的快车、便车,欢迎世界各国和国际组织参与到合作中来。

二是要切实推进规划落实,周密组织,精准发力,进一步研究出台推

进“一带一路”建设的具体政策措施,创新运用方式,完善配套服务,重点支持基础设施互联互通、能源资源开发利用、经贸产业合作区建设、产业核心技术研发支撑等战略性优先项目。

三是要切实推进统筹协调,坚持陆海统筹,坚持内外统筹,加强政企统筹,鼓励国内企业到沿线国家投资经营,也欢迎沿线国家企业到我国投资兴业,加强“一带一路”建设同京津冀协同发展、长江经济带发展等国家战略的对接,同西部开发、东北振兴、中部崛起、东部率先发展、沿边开发开放的结合,带动形成全方位开放、东中西部联动发展的局面。

四是要切实推进关键项目落地,以基础设施互联互通、产能合作、经贸产业合作区为抓手,实施好一批示范性项目,多搞一点早期收获,让有关国家不断有实实在在的获得感。

五是要切实推进金融创新,创新国际化的融资模式,深化金融领域合作,打造多层次金融平台,建立服务“一带一路”建设长期、稳定、可持续、风险可控的金融保障体系。

六是要切实推进民心相通,弘扬丝路精神,推进文明交流互鉴,重视人文合作。

七是要切实推进舆论宣传,积极宣传“一带一路”建设的实实在在成果,加强“一带一路”建设学术研究、理论支撑、话语体系建设。

八是要切实推进安全保障,完善安全风险评估、监测预警、应急处置,建立健全工作机制,细化工作方案,确保有关部署和举措落实到每个部门、每个项目执行单位和企业。

2015年10月,个人专著《一带一路:中国的文明型崛起》由中信出版社出版。在该书中,笔者强调,中国不仅要成为一个重要的国家,更要成为一个受尊重的国家;中国不仅要有举世瞩目的经济成就,更要把令人振奋的经济成就转化为解决实际问题的能力,“一带一路”的意义正在于此。“一带一路”作为一条务实合作的经济走廊,其重大意义不仅在于经济发展,更在于增强中国的文化自信,提升中国文化软实力和国际影响力,从而在中华民族伟大复兴的过程中再造中国文明。“一带一路”是中国文明型崛起的一个标志性事件。

打通发展“痛点”，仰望人文“高点”

自 2013 年 9 月至今，“一带一路”倡议不仅成为理解中国的关键词，如从“经济中国”到“文化中国”“负责任大国”，也成为国际社会完善全球治理的一抹亮色。笔者认为，“一带一路”建设有两个阶段，具体来说，要使沿线各国人民实实在在感受到“一带一路”带来的好处，就必须“医治痛点”，打造利益共同体；要使“一带一路”能够赢得尊重，就必须“展现文明”，打造责任共同体和命运共同体。前者是痛点经济学，是“一带一路”的起点和抓手；后者是文化经济学，是确保“一带一路”可持续的血脉和灵魂。

进一步明确“一带一路”的内涵实质

“一带一路”进入关键期的具体表现就是：一方面受各方瞩目，不少人将“一带一路”上升到中国参与全球治理的中国智慧与中国方案；另一方面国内外依然有不少人对“一带一路”存在诸多质疑甚至排斥。在这样的关键节点上，“一带一路”的有效推进必须进一步明确“一带一路”的内涵实质，避免各种错误认知。

目前，对“一带一路”的错误认知存在诸多版本，有代表性的观点如下：

“一带一路”是中国版的“马歇尔计划”：认为“一带一路”是新版的对外援助计划，核心思想是以经济援助换取沿线国家的政治支持，以对冲美国的全球影响。

“一带一路”是新版的朝贡体系：认为“一带一路”要把整个亚欧大陆纳入以中华为核心的经济、文化和地缘政治体系之中。

“一带一路”是国际关系史上最大的烂尾工程:认为“一带一路”无所不包,但内涵极其混乱甚至相互矛盾,注定结局不好。

“一带一路”是中国解决过剩产能的权宜之计:认为“一带一路”是中国要到沿线上通过“倾倒垃圾”以解决自身的经济发展瓶颈,等等。

上述错误认知的普遍存在,一方面反映出“一带一路”尚存在“虚热”和“泛化”的问题,即讨论多但不聚焦,大家各执一词;另一方面折射出“一带一路”工作任重道远,需要不断进行动态性调整,在聚智、聚焦的基础上,形成合力、精准发力。简单地说,“一带一路”不是中国对冲美国(与美争霸)的地缘政治战略,不是“输出过剩产能”的经济工具,不是恢复天朝上国、四夷臣服的政治阳谋,而是中国自信成长、文明复兴、赢得尊重的具体路径。

一、“一带一路”的内涵具有层次性

“一带一路”的内涵具有三大层次(图 1):

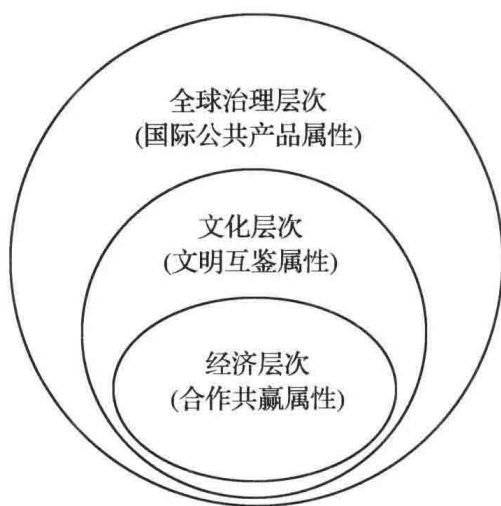


图 1 “一带一路”内涵的三大层次

经济层次上,强调合作共赢属性。经济内涵应是“一带一路”的优先属性。应始终强调“一带一路”建设是我国在新的历史条件下实行全方位对外开放的重大举措、推行互利共赢的重要平台;“一带一路”建设是我国经济正在实现从“引进来”到“引进来”和“走出去”并重的重大转变的历史