

中国知网（CNKI）来源集刊

复旦大学“学术期刊质量提升支持计划”资助立项

Journal of China's
Neighboring Diplomacy
Volume 5, Issue 1 (2019)

中国周边外交研究

第九辑

复旦大学中国与周边国家关系研究中心 编

图书在版编目 (CIP) 数据

中国周边外交研究. 第9辑 / 复旦大学中国与周边国家关系研究中心编. —北京: 世界知识出版社, 2019.12

ISBN 978-7-5012-6148-2

I. ①中… II. ①复… III. ①中外关系—研究

IV. ①D822

中国版本图书馆CIP数据核字 (2020) 第201609号

责任编辑
责任出版
责任校对

狄安略
赵 玥
张 琨

书 名
主 编

中国周边外交研究·第九辑
Journal of China's Neighboring Diplomacy: Volume 5, Issue 1 (2019)
复旦大学中国与周边国家关系研究中心

出版发行
地址邮编
网 址
电 话
经 销
印 刷
开本印张
字 数
版次印次
标准书号
定 价

世界知识出版社
北京市东城区干面胡同51号 (100010)
www.ishizhi.cn
010-65265923 (发行) 010-85119023 (邮购)
新华书店
北京虎彩文化传播有限公司
710毫米 × 1000毫米 1/16 19%印张
344千字
2020年10月第一版 2020年10月第一次印刷
ISBN 978-7-5012-6148-2
98.00元

版权所有 侵权必究

为适应我国信息化建设，扩大本集刊及作者知识信息交流渠道，本集刊已被中国知网（CNKI）系列数据库收录，其作者文章著作使用费与本集刊稿酬一次性给付。免费提供作者文章著作引用统计分析资料。如作者不同意文章被收录，请在来稿时向本集刊声明，本集刊将做适当处理。

《中国周边外交研究》半年刊

主 管 复旦大学国际问题研究院

主 办 复旦大学中国与周边国家关系研究中心

主 编 石源华

副主编 包霞琴 祁怀高

编 委 (以姓氏笔画为序)

左希迎 中国人民大学

石源华 复旦大学

卢光盛 云南大学

归咏涛 北京大学

包霞琴 复旦大学

关培凤 武汉大学

祁怀高 复旦大学

李皖南 暨南大学

杨 健 复旦大学

吴心伯 复旦大学

[日本] 青山瑠妙 日本早稻田大学 (Waseda University)

赵卫华 广东外语外贸大学

赵可金 清华大学

钟飞腾 中国社会科学院亚太与全球战略研究院

费 晟 中山大学

薛 松 复旦大学

魏 玲 外交学院

[马来西亚] Datuk Danny Wong Tze Ken

马来亚大学 (University of Malaya)

编辑部 胡旻昱 张泽宇

编辑部联系方式

投稿邮箱: ccmc@fudan.edu.cn

电 话: 86 21-6564 2939

传 真: 86 21-6564 2939

地 址: 上海市邯郸路220号复旦大学文科楼307室复旦大学中国与
周边国家关系研究中心

邮 编: 200433

目录

CONTENTS

卷首语.....	石源华 /	1
----------	-------	---

中国周边外交七十年专栏

周边外交视阈下的中国 70 年对美外交.....	潘亚玲 /	11
中国对日外交 70 年述论.....	吴寄南 /	31
中国对印外交的历史、现状和未来.....	关培凤 /	52
中国对中亚区域外交的历史演进和未来发展.....	张宁 /	74
中国西亚区域外交：历程、成就与未来抉择.....	郭锐 /	94
中国对南太平洋区域外交 70 年述论.....	费晟 /	113

中国周边外交综论

关于中国周边问题的思考.....	张蕴岭 /	137
改革开放 40 年中国周边外交的理念与实践.....	李文 刘铭贻 /	142
构建新型国际关系与中国周边学.....	夏立平 钟琦 /	159

中国周边学笔谈（三）：青年专场

反思与建构：中国周边学中层理论探索.....	蒋建忠 /	177
浅议中国周边学的价值取向.....	薛松 /	182
中国周边学与东西方外交理论的比较与融合.....	曹玮 /	187
“中国周边学”的三种解读和创设目标.....	张群 /	192

中国周边学的新课题：如何为区域提供规范.....	贺嘉洁 / 197
学习者视阈下的中国周边学“十问”.....	张 励 / 201

中国周边专题研究

中国周边经济形势的评估和分析.....	钟飞腾 / 211
“一带一路”与中国国家形象的内外构塑.....	马丽蓉 / 238
论新时代海防观的理论来源、内涵及思维方法.....	高新生 / 248

新书栏

中国周边学的提出、推介和研究 ——《中国周边学研究文集》前言.....	石源华 / 269
--	-----------

会议综述

第八届中国周边外交研讨会综述.....	胡旻昱 / 283
---------------------	-----------

附 录

复旦大学中国与周边国家关系研究中心简介.....	/ 295
《中国周边外交研究》征稿启事.....	/ 297
《中国周边外交研究》稿件体例及注释规范.....	/ 299

Contents

Preface.....*Shi Yuanhua* / 1

China’s Neighboring Diplomacy in the Past 70 Years

China’s Diplomacy toward the U.S. in the Past 70 Years: A Review
from the Perspective of China’s Diplomacy with Its Neighboring
Countries *Pan Yaling* / 11

A Review of 70 Years of China’s Diplomacy toward Japan *Wu Jinan* / 31

The History, Reality, and Future of China’s Diplomacy toward India
..... *Guan Peifeng* / 52

The Historical Evolution and Future Development of China’s
Diplomacy with the Region of Central Asia *Zhang Ning* / 74

China’s Diplomacy with the Region of West Asia: Process,
Achievements, and Options for Future..... *Guo Rui* / 94

A Review on China’s Diplomacy with the Region of South Pacific in
the Past 70 Years..... *Fei Sheng* / 113

Comprehensive Studies on China’s Neighboring Diplomacy

On Solving China’s Neighboring Issues *Zhang Yunling* / 137

Conception and Practice of China’s Neighboring Diplomacy in the
Past 40 Years of Reform and Opening-up *Li Wen and Liu Mingze* / 142

Constructing a New Type of International Relations and China’s
Neighboring Countries Studies *Xia Liping and Zhong Qi* / 159

China's Neighboring Countries Studies Report, Part 3: Young Academics

Reflection and Construction: Exploring Middle-range Theory in China's Neighboring Countries Studies	<i>Jiang Jianzhong</i> / 177
Discussion on the Value Orientation of China's Neighboring Countries Studies	<i>Xue Song</i> / 182
Comparison and Integration of China's Neighboring Countries Studies and Diplomatic Theories of East and West	<i>Cao Wei</i> / 187
Three Interpretations on China's Neighboring Countries Studies and Its Targets	<i>Zhang Qun</i> / 192
New Subject of China's Neighboring Countries Studies: How to Provide Paradigm for the Region?	<i>He Jiajie</i> / 197
10 Questions about China's Neighboring Countries Studies from the Perspective of a Learner	<i>Zhang Li</i> / 201

Research Topics on China's Neighboring Diplomacy

Assessment and Analysis on the Economic Situation in China's Neighboring Countries	<i>Zhong Feiteng</i> / 211
BRI and the Internal and External Construction of China's Image	<i>Ma Lirong</i> / 238
On the Origin of Theory, Contents and Thinking Methods of Coastal Defense in the New Era.....	<i>Gao Xinsheng</i> / 248

Reading Recommendation

Preface of Essays on China's Neighboring Countries Studies: Proposing, Presenting and Studying China's Neighboring Countries Studies	<i>Shi Yuanhua</i> / 269
--	--------------------------

Reviews on Symposiums

A Review on the 8th Symposium of “China’s Neighboring Diplomacy”	<i>Hu Yangyu</i> / 283
---	------------------------

Appendix

Introduction on Center for China’s Relations with Neighboring Countries of Fudan University (CCRNC-Fudan).....	/ 295
Notice Inviting Contributions to the Journal of China’s Neighboring Diplomacy	/ 297
Standards of Articles and Annotations of the Journal of China’s Neighboring Diplomacy	/ 299

“一带一路”与中国国家形象的内外构塑

马丽蓉

【内容提要】“一带一路”倡议提出以来，中国国家形象的美誉度稳中有升，但因美国等西方大国舆论围剿“一带一路”而使构塑中国形象的内外力博弈日益激烈，也使中国国家形象的构塑面临严峻的现实挑战，但中国国家形象在外界对“一带一路”的认知中得以构塑，则是不争的事实。今后，随着“一带一路”的精耕细作，中国应“立足周边”，深化塑造中国的“文明形象”“政党形象”“学术形象”来提升中国国家形象的自塑力，进一步丰富和加强中国国家形象的内涵建设，提高国家软实力，助推“一带一路”行稳致远。

【关键词】一带一路 中国国家形象 中国软实力

【作者简介】马丽蓉，上海外国语大学丝路战略研究所所长、教育部伊斯兰合作组织研究中心主任、《新丝路学刊》主编。

“一带一路”倡议提出以来，中国国家形象的美誉度稳中有升，但因美国等西方大国舆论围剿“一带一路”而使构塑中国形象的内外力博弈日益激烈，也使中国国家形象的构塑面临严峻的现实挑战，但中国国家形象在外界对“一带一路”的认知中得以构塑，则是不争的事实。今后，随着“一带一路”的精耕细作，尤其是“民心相通”举措的持续推进，中国国家形象的自塑力也将在此过程中得以提高，彰显出“一带一路”对增强中国软实力的战略意义。

一、中国国家形象全球调查报告显示:中国软实力稳中有升

自2013年中国倡建“一带一路”以来,中国外文局对外传播研究中心与凯度华通明略(Kantar Millward Brown)、Lightspeed合作开展了2014年、2015年、2016—2017年三次中国国家形象全球调查并发布了调查报告。

2014年调查发现:中国形象不断上升,领导人形象成为新亮点;发展中国家民众对中国发展的认可度更高;海外青年群体对中国评价更为积极;中国形象的中外认知差异持续存在;中外关系影响海外民众对中国的评价。

2015年调查发现:中国整体形象稳步提升;中国经济的国际影响力位居世界第二;海外受访者最为期待中国在经济和科技领域的全球治理中发挥更大作用;中国科技创新能力广受好评,高铁被认为是最突出科技成就;海外受访者来华意愿上升,北京、上海、香港成为首选城市。

2016—2017年调查发现:中国整体形象好感度稳中有升,内政外交表现受好评,“一带一路”倡议赢得普遍点赞;中国经济的国际影响力获公认,未来发展赢得海外信心,受访者预期中国即将成为全球第一大经济体;中餐、中医药、中国高铁等中国文化与科技元素继续成为国家形象亮点。三次调查报告表明:“一带一路”对中国国家形象构塑具有不容置疑的带动作用,且主要集中体现为以下三个方面。

一是外界对中国形象的评价日趋客观。如2014年从经济发展、国家领导人、发展理念三个维度予以评价,认为中国整体形象是“经济发展迅速但贫富差距较大”,中国国家主席习近平在9国中以“国内、国际事务处理能力认可度第二”“认知度位列第四”的较高美誉度而为中国形象添彩,中国的“和平共处五项原则”与“亲、诚、惠、容的周边外交理念”等为中国形象加分。又如2015年从文明古国、政治影响力、“一带一路”三个维度予以评价,认为“历史悠久、充满魅力的东方大国是中国最突出的国家形象”“中国对国际事务的影响力在所有国家中位居第二”、“一带一路”倡议“对国家、个人、地区经济和区域和平都具有积极意义”等,表明外界从丝绸之路与“一带一路”这一特定语境中开始构塑中国国家形象的新态势。再如2016—2017年从丝路古国、全球贡献、“一带一路”意义三个维度予以评价,认为中国是“历史悠久、充满魅力的东方大国”“全球发展的贡献者”“积极参与全球治理的负责任大国”,表明外界从“中国与世界关系”的古今比较视野中开始构塑中国国家

形象的新趋势。因为，“中国历史悠久、充满魅力的东方大国形象”在海外受访者，尤其是发达国家中最受认可，选择该选项的海外受访者比例平均达到57%；中国作为“全球发展的贡献者”形象也较为突出，选择比例近四成，在发展中国家的选择比例更是接近半数。

二是对中国经济形象的美誉度不断攀升。如2014年从影响世界、惠及本国、国际合作三个维度予以评价，认为“中国经济发展推动了全球经济发展”“本国从中国经济发展中获得了利益”以及“中国乐于在经贸方面与本国开展合作，共享中国经济发展成果”。又如2015年从影响力、引领作用、贸易合作三个维度予以评价，认为“中国经济影响力排名仅次于美国，位居世界第二”“中国经济发展可以推动全球经济发展”“中国正在成为越来越多国家的最大贸易伙伴”，表明中国经济形象被普遍认可的现实真相。再如2016—2017年从地位预判、全球治理、合作前景三个维度予以评价，认为“中国即将成为全球第一大经济体的海外受访者比例从2013年的17%、2014年的20%、2015年的24%，到2016—2017年的33%，呈逐年加速增长趋势，中国未来经济发展形势赢得国际信心”、中国在经济领域参与全球治理的表现赢得64%的认可度、“中国正成为越来越多国家的最大贸易伙伴，中国市场需求依然很大，中国经济仍保持高速增长”等，中国经济形象美誉度的日益趋高已成全球化时代的稳定器。

三是对“一带一路”的认知日趋深化。如2014年从中国形象认可度、领导人能力、中国发展道路和模式三个维度予以评价，“与2013年相比，中国形象正被越来越多的受访者所认可。中国整体形象得分相比去年高出了0.8分（总分为10分）”、“不论是国内事务还是国际事务，中国领导人习近平的处理能力都得到了很高的评价。在进行调查的9个国家中，中国国家主席习近平的国内、国际事务处理能力认可度均排在第二位”、发达国家和发展中国家对中国道路和模式的理解有所不同（发达国家31%的受访者认为“是中共领导的中央集权模式”、23%的认为该模式“核心是国有经济占主体”；发展中国家多认为是“融合了中国历史文化和现实国情需要的一种创新”与“中国取得惊人发展成就的主要原因”）等。又如2015年从国家、个人、地区经济和区域和平对“一带一路”倡议予以积极评价，了解“一带一路”的海外受访者占15%，发达国家和发展中国家受访者的比例分别为16%和14%，发展中国家与年轻群体对该倡议的认可度更高。此外，“与2014年相比，海外受访者对中国外交关系的重视程度基本保持在相同水平，62%的海外受访者看重与中国的

外交关系并期待有更好的发展”，“由中国倡导的合作举措受到了海外受访者的普遍认可”。再如2016—2017年从认知度、美誉度、全球治理三个维度予以评价，27%的海外受访者选择“非常了解”或“比较了解”中国，这一比例在发展中国家达到36%，同比增长7个百分点。在2014年调查中，仅有6%的海外受众听说过“丝绸之路经济带”和“21世纪海上丝绸之路”，到2016—2017年，“一带一路”的认知比例增至18%，在印尼、印度等认知度高达40%以上。“中国历史悠久、充满魅力的东方大国形象”在发达国家中最受认可，“中国作为全球发展的贡献者形象”在发展中国家的选择比例更是接近半数，海外受访者普遍看好中国未来发展。“中国对全球治理的贡献和国内治理的表现得分分别为6.5和6.2分，中国的国际贡献得到更多认可。”“中国对国际事务的影响力在所有国家中位居第二”，“中国在科技（65%）、经济（64%）、文化（57%）等多个领域参与全球治理的表现得到国际社会的普遍好评”。

总之，自2013年倡建“一带一路”至今，中国形象的认知度、美誉度、贡献度等均得到了快速提升，这是切实推进“五通”举措所取得的显著成效，也是“一带一路”“共商、共建、共享”“人类命运共同体”等一系列公共产品对国际社会正在形成塑造力的可喜现实，彰显出走向世界舞台中心的中国应有的大国软实力日益提升的强劲势头。

二、“一带一路”背景下中国国家形象构塑中存在的主要问题

我们从这三份中国国家形象全球调查报告也发现了几个较为突出的问题：

1. 因受访行为体不同导致了几组差异比值，如发展中国家/发达国家、年轻群体/年长群体等对中国形象认知不同，前者对中国形象的认知度、美誉度、贡献度均普遍大于后者；
2. 国际社会对中国形象的认知度与美誉度存在明显的错位现象，如孔子学院和中国文化中心的认知度较低，但美誉度较高等；
3. 国际社会对中国形象的贡献度渐被提及，尤其赢得了发展中国家越来越多的肯定，这是中国形象中的一抹新亮点；
4. 国际社会针对中国形象的外塑力与中国对自身国家形象的自塑力之间形成张力且内外力间博弈日趋紧张，在外塑力中发达国家与发展中国家间对华形象构塑力间也存在博弈，甚至在发达国家对华形象构塑行为体间也存在分歧等。正因以上诸多原因造成中国国家形象日趋复杂，“一带一路”国际合作中的中国形象复杂化现象折射出新旧全球化更替过程中的现实真相。而且，透过复杂表象也反映出“一带一路”背景下中

国国家形象构塑中存在某些突出问题，并集中体现在以下三个方面。

一是西方大国政客一贯挥舞“人权”大棒，诋毁中国民族宗教政策形象，中国“被动救火”式的应对举措，又被西方主流媒体二度诋毁，使得中国在涉疆、涉藏等话题上陷入“握有信源却无议题制定权”的传播窘境。事实上，国家的政策形象实为将政府的政策解读揉入国家形象解读所致，西方主要通过歪曲中国的民族宗教政策、双重标准地应对中国反恐，以及发布年度人权报告、宗教报告等方式臆造了一个负面的中国政策形象。其中，美欧等西方大国明帮暗助“世维会”在西方主流媒体上肆意歪曲我国民族宗教政策与对口援疆政策等。“7·5事件”以来，“东突”势力又采取了“一文一武、两线作战”的策略。当“东伊运”等在我境内外制造暴恐事件后，“世维会”领导人马上在西方媒体上公开为其开脱罪责，污蔑中国治疆政策。近期其又在西方金主指使下屡次上演“哭诉受害、讨要人权”的“人权闹剧”，借大肆炒作“新疆教育营”来误导国际舆论以强化外界对中国形象的消极构塑，使得“疆独”问题国际化，进而对中国软硬实力均构成极大冲击。

二是西方大国某些学者打着“学术”旗号臆造“锐实力”“资本陷阱”等一系列概念，诟病“走出去”的中国企业形象；中国企业因缺乏企业公关意识及能力有限等所致失误又遭这些学者的二度曲解，使得中国企业在海外陷入“费力不讨好并有口难辩”的合作窘境。事实上，“走出去”的中国企业无力肩负构塑中国形象的重任。尽管互联互通项目在丝路沿线国家的有序推进，极大地带动了中国企业“走出去”的进程，但因中国企业多属有项目但无公共外交的“孤军奋战”，虽重视并承担了更多的企业社会责任，但仍被当地媒体贴上“破坏环境”“侵犯传统”“掠夺资源”等标签而拖入环保、人权、殖民等既定议题而遭肆意歪曲。近期，因缅甸“罗兴亚人问题”、马来西亚领导人马哈蒂尔的“重返政坛”等地区热点问题影响了我与周边国家互联互通合作项目的进程，近而又波及了中国企业的海外形象，这些企业苦于项目与公关的顾此失彼而成为当地媒体攻击的目标，进而又成为西方大国某些学者继续攻击中国企业形象的新料。

三是美澳印日德等联手舆论绞杀“一带一路”，凸显了舆论战背后的大国博弈色彩，美欧分歧性中国观的形成，更使得“一带一路”形象的认知度大增，但中国形象却日趋复杂化。印度媒体最早将中巴经济走廊项目与克什米尔问题绑在一起，炒作所谓“中国干涉印度主权”论，日本媒体跟进开始对“一带一路”说三道四，美国发布智库报告也充满了质疑与离间等唱衰调子，澳大利

亚与德国高官诋毁甚至敌视“一带一路”的言论，更起了推波助澜的作用，折射出美国及其铁杆盟友对华战略博弈的实质。此外，为配合美日印澳四国谋划“一带一路”替代方案，美国学者臆造“锐实力”、日本政客“说三道四”、印度学者宣扬“债权帝国主义论”、澳大利亚政客鼓噪“抵消影响力”说等，都在为“替代战略”营造舆论环境。2018年11月，美国副总统彭斯在APEC“亚太经贸合作会议”上恶言诋毁中国“一带一路”为“束缚带”和“单行路”(Constrictive Belt and Oneway Road)，甚至被西方某些媒体衍化为“荆棘带”与“不归路”等。事实上，随着“一带一路”国际影响力的不断提升，美欧分歧性中国观的形成已是不争的事实，如美欧学界对“一带一路”的分歧性认知、美欧智库报告的唱衰性结论、美欧民众对中国“新四大发明”青睐有加等即为明证。

总之，在由西方主流媒体把控的国际舆论竞技场上，仍然存在着西强东弱的“软实力逆差”。就中国而言，主要表现为：“中国政府的形象被刻意抹黑，中国的政策意图被歪曲解读，中国的解释申辩被压制淡化，中国的价值观和传统被贬低和边缘化。”^①结果造成中国“没处说理，有口莫辩，甚至费力不讨好”。作为新兴大国，中国仍在价值观和国际舆论竞争中处于劣势。如何构塑中国民族宗教政策形象、“走出去”的中国企业形象以及“一带一路”形象等，以便最大程度地塑造客观真实的中国形象，都是中国成长过程中所面临的严峻挑战。

三、“立足周边”提升中国国家形象的自塑力

一般而言，国家形象是一个国家对自己的认知以及国际体系中其他行为体对它的认知的结合；它是一系列信息输入和输出产生的结果，是一个结构十分明确的信息资本。国家形象被认为是国家软实力的重要组成部分之一，国家的综合实力和影响力。国家形象作为反映在媒介和人们心理中的对于一个国家及其民众的历史、现实、政治、经济、文化、生活方式以及价值观的综合印象，是国家的外部公众和内部公众对国家本身、国家行为、国家的各项活动及其成

^① 吴旭：《扭转软实力逆差，打造“中国梦”》，《公共外交季刊》2010年夏季号总第2期，第61页。

果所给予的总的评价和认定。^①亦即，国家形象是由“他者”这一来自外部的塑造体与“自我”这一来自内部的塑造体共同完成，且因外塑力与自塑力的互动造成国家形象的动态性与不确定性，也因这两股力量博弈而使国家形象复杂化与可再塑性。其中，自塑力的高下成其国家形象客观塑造的前提之一。

就中国而言，针对因政策形象、企业形象、“一带一路”形象等被纳入西方霸权语境所致中国形象复杂化的现实挑战，应“立足周边”来提升中国国家形象的自塑力。2018年11月23日，中国外文局当代中国与世界研究院在“2018当代中国与世界智库论坛”上发布了《“一带一路”沿线主要国家的中国观》调查报告，再次确证了中国国家形象构塑中“周边因素”的重要性。为此，应从以下几方面着力予以切实推进。

首先，应与周边国家共享丝路文明历史资源，以重构中国的“文明形象”。

尽管“丝绸之路”这一公共产品赋予中国先在的丝路话语权，但如何维护才是关键，习近平主席多次讲述“丝路故事”、倡导“丝路精神”、论及“丝路文明”，旨在与丝路沿线国家强化“丝路共有认知”、与我周边国家共享丝路文明历史资源，以及与“一带一路”支点国家盘活丝路外交资源，力争将“丝路价值”转化为“共同价值”，为世界提供更多的丝路语境中的公共产品。换言之，我们要想与周边国家真正共享丝路文明历史资源，就必须进一步加强能够提供丝路公共产品的能力，一方面与周边国家共享“丝绸之路”“郑和文化”“协和万邦”“宣德化、柔远人”“朝贡制度”“国之交在于民相亲”“和而不同”“己所不欲勿施于人”等一系列丝绸之路公共产品，另一方面也要与周边国家共享“共商共建共享”“利益共同体”“责任共同体”“中国梦”“亲诚惠容”“丝绸之路经济带”“21世纪海上丝绸之路”“人类命运共同体”等一系列公共产品。因为，从某种意义上讲，外交的实质是如何在价值共享中维护国家利益，人文价值观的表达、理解都会程度不同地影响国际关系的基本建构，进而影响全球治理的未来走向。在中国向世界成功提供了“一带一路”这一公共产品之际，被誉为中国“新四大发明”的高铁、网购、手机支付、共享单车等广受美欧社会的青睐，“中国制造”与其寻常百姓的生活息息相关，中餐、中药、中华武术更成为当地民众的时尚选择。近三年皮尤等民意调查报告显示，中国正从“有经济影响力大国”向“有传统文化魅力大国”发生悄然变化，凸

^① 马丽蓉等：《丝路学研究：基于中国人文外交的阐释框架》，北京：时事出版社，2014年，第41—42页。

显了中国文明形象的持久魅力。

因此，“一带一路”不仅为中国向世界提供公共产品创造了新机遇，还将中国与周边国家基于丝路文明历史资源与互联互通现实红利基础上来重构中国的“文明形象”成为可能。

其次，应与周边国家共建“一带一路”国际合作平台，以构塑中国的“政党形象”。

三份中国国家形象全球调查报告表明，中国的“政党形象”美誉度一路攀高：从2014年的“权力集中、有超强的组织动员能力”到2015年的“具有高度凝聚力、组织严密”直至2016—2017年的“全面从严治党”“具有很强的组织动员能力”和“具有高度凝聚力”等，中国共产党的国际形象随着“一带一路”的不断推进而得以正面塑造，并成为中国国家形象中最核心的组成部分。今后，在精耕细作“一带一路”的实践中，尤其因“一带一路”核心区的中国新疆周边国家与地区，既有因诸多民族、宗教、教派所致的复杂社会环境，又有因“三股势力”集结所致的复杂安全环境，也有因大国战略博弈所致的复杂地缘政治环境等，造成“一带一路”核心区亦即我西部周边外交环境充满诸多不确定性。因此，一方面，应梳理我周边地区传播现状与环境、重点与难点、挑战与机遇等以擘画传播格局，明确周边国家定位、找准目标受众以加强分类传播策略，以及围绕“一带一路”“人类命运共同体”等设置议题以彰显中国“政党形象”的国际传播力。另一方面，应借公关组织外力为“走出去”的中国企业“保驾护航”来修复中国企业形象，包括就外界质疑的债务、标准、透明度、公开采购等话题做好增信释疑工作，讲好中国企业成长故事，包括中国技术、标准、速度、质量及成就，更应包括党的领导力、政府决策力及中国特色发展模式，以及发布“中国企业社会责任年度报告”，以第三方评估报告方式向当地国发布运营项目对当地社会经济贡献以彰显中国“政党形象”的国际责任心。

最后，应与周边国家共商“丝路学学术共同体”的打造，以构塑中国的“学术形象”。

由李希霍芬等西方“探险家”创建的丝路学，实为关于“中国与世界关系”的百年显学，“一带一路”带动全球丝路学发展进入转型期，美欧丝路学霸权话语体系遭受空前挑战，欧美丝路学界对“一带一路”的分歧性学术认知日渐明显。一方面美国的芮乐伟·韩森（Valerie Hansen）还原了丝路的丰富内涵（2015）、威廉·恩道尔正视了“一带一路”的内涵与机遇（2016）以及英国

的彼得·弗兰科潘“全新丝路史”的问世（2016）而标志着美欧丝路学派的转型，尤其是彼得·弗兰科潘的《丝绸之路：一部全新的世界史》指出：“中国是丝路开拓者与规则制订者”，“一带一路”是为造福天下而提出的一个“深度合作的黄金机遇”。另一方面，美欧智库高度关注中国议题，尤其对“一带一路”充满诋毁与离间情绪，高频使用“转移过剩产能”“输出中国模式”“破坏世界秩序”等词语，表明美欧丝路学研究正被一股政治化逆流所侵蚀的现实。因此，在必须重估“中国与世界关系”的当下，美欧丝路学界分歧性的学术认知，迫使我们把构塑中国的“学术形象”提上了议事日程。为此，应以“丝路学术工程”为抓手振兴中国丝路学，廓清丝路学实为关于“中国与世界关系”的一门百年显学，揭示美欧学派“领跑”与中国学派“碎片化”坚守实为西方学术殖民所致的真相，以及与周边国家在共商“丝路学学术共同体”的打造中振兴中国丝路学，进而实现“中国思想”为“中国方案”正名的夙愿，在彰显中国学术力量中构塑中国的“学术形象”。

质言之，通过深化塑造中国的“文明形象”“政党形象”“学术形象”来提升中国国家形象的自塑力，旨在进一步丰富和加强中国国家形象的内涵建设、提高国家软实力，助推“一带一路”行稳致远。

BRI and the Internal and External Construction of China's Image

Ma Lirong

Abstract In the five years since the proposal of the “Belt and Road Initiative” (BRI), the reputation of China's national image has risen steadily. However, BRI has been constantly slandered by the United States and other Western powers, leading to the internal and external forces that shape China's image playing an increasingly fierce game. The construction of China's national image is thus facing serious challenges, but it is an indisputable fact that China's national image is shaped by the outside world's perception of the BRI. In the future, along with the intensive cultivation of the BRI, China should lay a solid foundation in neighboring countries so as to strengthen the construction of China's “civilized image”, “party image” and “academic image”. This is to further enhance the capacity of self-shaping, connotation construction and soft power of China, facilitating BRI to be stable and far-reaching.

Key Words BRI; China's National Image; China's Soft Power

Author Ma Lirong, Director of Institute of Silk Road Strategy Studies of Shanghai International Studies University, Director at Center for Islamic Cooperation Organization Studies, Ministry of Education, Chief editor of Journal of New Silk Roadology.