

国际论道

美国《纽约时报》网站近日刊登题为《如何对抗中国的全球宣传攻势》一文。文中提到，中国媒体正在扩大自己的全球影响力，并听从从中国领导人提出的“讲好中国故事”的要求。

美国学者约瑟夫·奈说，“软实力”的关键在于“谁的故事赢（而不是谁的军队赢）”。中国正努力向世界讲好属于自己的故事。网络视频、说唱乐歌曲……亲民而时尚的方式；与国外媒体合作、听取国际公关公司建议……想方设法贴近西方受众；纽约时报广场的国家形象片、国外电视台制作的专题广告、国外媒体上的中国记者文章……西方惊呼“中国全球宣传攻势”来临。一波一波的“中国故事”正在路上，世界准备好了吗？



2011年“中国国家形象片”登陆纽约时报广场。（资料图片）

国际舆论聚焦中国宣传攻势

中共把“谁的故事赢”放在心上

本报记者 张红

方式：越来越聪明

《纽约时报》网站文章称，中国的宣传手段正变得越来越聪明。一个好例子就是一段名为《领导人是怎样炼成的》的视频。这段在网上传播的视频既针对中国观众也针对外国观众，它把在美国、英国和中国成为最高领导人的过程进行了比较。在中国的制度下，领导人是经过数十年培训和考验的，而对美国选举程序的呈现则重点强调了筹款的必要性。这段视频和其他类似的短片是由专业人士制作的，远远不像中共开展的传统运动那样容易被当成宣传手段。

中国正通过越来越亲民而且时尚的方式展示自己。多家媒体注意到，说唱乐成为中国展示自身形象的新手段。德国之声电台网站近日报道了“这就是中国”这首英语说唱歌曲。报道称，这首歌一开始便提出了自己的诉求：“抛开过去的种种偏见，今天我想重塑世界对中国的印象。还原那些长期以来被外媒编纂的不实报道。”据这一组合的两名成员李毅杰和王梓鑫在其微博上表示，歌曲制作过程超过两个月，并称目前歌曲点击量已经超过700万。

美国《时代周刊》则看到了更多相似的例子。其报道指出，包括“这就是中国”在内，中国官方近来屡屡使用说唱乐作为宣传手段。中国解放军曾使用说唱乐制作征兵视频。一个称作“复兴路上工作室”发表英语说唱乐“十三五之歌”，解释“第十三个五年计划”。官媒央视曾推出“深改小组两岁了”，新华社也制作了中文说唱乐“四个全面”。

此外，中国媒体也加紧了“走出去”的步伐。正如英国《金融时报》引用伦敦大学国王学院汉学研究教授、“刘氏中国研究院”院长克里·布朗的话所说，共产党正寻求与西方主要传媒机构建立关系，以帮助提升其在西方的形象。

上个月，英国《卫报》报道，英国每日邮报在线网和中国《人民日报》达成了一项内容共享协议。这笔交易是在去年签署的。报道还指出，每日邮报在线网并不是与中国媒体达成合作协议的首家总部位于伦敦的出版公司。电讯传媒集团和一些西方新闻出版商都签署了相关协议，发表由中国官方英文报纸《中国日报》记者撰写的赞助内容。



2011年“中国国家形象片”——《人物篇》。（资料图片）

《纽约时报》网站文章也指出，《华盛顿邮报》和《华尔街日报》目前都在出版有报纸《中国日报》提供的“中国观察”专版。新华社正在纽约时报广场的巨大广告屏上播发消息，数以十亿美元计的中国投资也在近年来涌入好莱坞。

另据澳大利亚洛伊解读者网站报道，今年5月，中澳两国媒体在悉尼签署了六项合作协议。文章称，这些协议孤立地看来或许并不特别重要。但如果把它们加在一起看，显示中共取得了里程碑式的胜利。

为了“讲好中国故事”，让世界认识真正的中国，中国正在更加努力地贴近西方受众。

在前不久刚结束的二十国集团杭州峰会期间，总部位于纽约的消费者新闻与商业频道（CNBC）制作了一系列在峰会期间播出的广告。据英国《金融时报》网站报道，视频中包含中国风光和城市天际线的激动人心的画面，其间穿插着“创新”“2030年能源更绿色”和“十三五”规划等口号。

这不是中国政府首次寻求西方公关公司打造形象。2008年中国政府就曾雇用国际顾问公司帮助推广北京奥运会。

还记得在纽约时报广场亮相的中国国家形象片吗？由杨利伟、袁隆平、章子怡等行业代表领衔的《人物篇》曾令国人印象深刻。将来，中国国家形象片或许会有不同的风格了。据路透社报道，为了更高效地与西方观众沟通，中国政府已经分别听取了5家国际公关公司的宣传新方案。据内部人士透露，国务院新闻办要求上述公司分别就中国最迫切需要解决的形象问题和新媒体管理经验做出陈述。

使命：“讲好中国故事”

自2008年北京奥运会以来，中国实施了“走出去”战略，包括大力推进国家媒体向海外扩张。中共把美国学者约瑟夫·奈提出的“软实力”的关键在于“谁的故事赢（而不是谁的军队赢）”放在心上，给外宣部门委以“讲好中国故事”的使命。澳大利亚洛伊解读者网站文章这样解读中国的外宣努力。

那么，中国要给予世界讲述怎样的中国故事呢？

《俄罗斯报》一篇题为《北京面孔》的报道指出，对北京而言，在海外塑造积极正面的形象至关重要。外交的多边性、国际经济项目的参与者、在地球最偏远角落的积极存在、在不同领域提出的全球性主张、在弘扬传统的同时向世界敞开大门……这便是中国媒体欲在全球积极塑造的国家形象。

中国媒体对上述行动积极报道，夯实北京有意在国际舞台上发展对话与合作的国际形象。同时，从中不难发现，中国并不试图与“西方标准”接轨，它拥有自身的目标及本国的发展计划。

最重要的是，北京有意愿向全球推出自己的战略，且无惧于充当若干宏

伟战略的领头羊，例如新丝绸之路理念，它成为全球主要报章评论员的热门话题。

《纽约时报》的网站文章则显得极有“危机意识”。文章指出，对中国媒体而言，“讲好中国故事”意味着宣传中国的政治体制、即所谓中国模式的如下形象：由训练有素、富有远见的技术专家来进行的任人唯贤和注重效率的优于西方民主的统治。

“中国故事”已经开始慢慢赢得人心。

近日，《中国国家形象全球调查报告2015》出炉。本次调查报告首次覆盖了G20中19个成员（欧盟除外），访问样本共计9500个。报告显示，相比2014年，中国整体形象得分提升了0.3分（总分为10分）。其中，发展中国家对中国的印象（6.9分）比发达国家（5.5分）明显更为积极。值得注意的是，相比年轻群体，海外年轻人（18—35岁）对中国的了解程度更高，整体印象更好，对中国未来发展形势的看法也更为乐观。

未来：“需要更高效沟通”

中国向世界讲述“中国故事”的努力引起了国际舆论的关注，其中不乏“唱衰”的声音。

美国的“中国通”、华盛顿大学政治学和国际关系学教授沈大伟在《外交事务》杂志7—8月号发表了《中国软实力攻势——寻求尊重》一文。在该文中，沈指出，随着中国国际实力的增长，北京意识到了国家形象的重要性。近几年，中国在国际上发起了一轮软实力攻势，可收效甚微。他的结论是：中国的软实力攻势不能一厢情愿。

莫斯科大学俄中传媒、新闻及文化研究中心负责人叶夫根尼·扎伊采夫也指出，中国媒体对外国受众来说还不够有说服力，它常常是半官方的，对中国政策和利益的推广过于直白。

不过，绝大多数的声音是肯定的、积极的。《俄罗斯报》引用俄罗斯科学院远东研究所研究员亚历山大·伊萨耶夫的话说，中国人总体对境外受众的信息及心理需求把握相当到位，“因此，他们使用的提法及论据具有一定‘说服力’，是对方新闻环境中常见的”。例如对环保项目的宣传等等。当然，中国没有刻意回避尖锐问题。

《纽约时报》网站文章指出，中国在设法影响西方舆论的过程中或许会面临逆境，但不把中国的努力放在眼里将是错误的。它事关重大。文章认为，鉴于许多西方民主国家显然正处在危机中，中国的宣传或许会在发展中国家遇到沃土，中国的经济成功和社会稳定给这些国家留下了深刻印象。

“中国人务实，他们总是很好地计划、论证和计算自己的项目。因此，他们的政策是长期性的，与经济利益密切相关。”《俄罗斯报》很有信心，中国必定能“讲好中国故事”。

《金融时报》

中国经济呈现全面好转苗头

最新公布的宏观数据显示中国经济呈现全面好转苗头——作为经济第一增长动力的投资企稳回升；工业和消费增长双双超预期回升，呈现“稳中趋升”态势；得益于本币的贬值，外贸发展在无新刺激措施下，终于扭转下滑势头，亦呈企稳回升势头。

可以预见的是，2016—2017中国经济将呈现稳中有升态势。投资仍然是中国经济的第一增长动力，为“托底”经济，必须扭转投资下滑态势，民间投资和房地产投资的下降，是前期市场不看好中国经济前景的最大理由。但有学者认为，投资下降局面必将在2016年内终结，未来投资缓慢回升应该是大概率事件。

2016年5月，中国公布1.6万亿元的东北“除锈”计划和4.7万亿元的三年交通基础设施完善计划，两项规模合计6.3万亿元，增长超过2009年“四万亿”的50%。除了政府引导投资之外，中国还加大了推动PPP落地的进度，2016年后的PPP项目签约率显著提升，从3年前推出时的不到10%提高到了约40%，政策通过PPP“托底”投资态势明了。

可以相信，中国政府后续对新增投资的激励措施还会陆续出台。当前民间投资并不低迷，反映了政府投资对民间投资的“挤出效应”，因为财政投资实际上并没有和民间部门争夺资金，当前中国货币过分充裕的情况，决定了财政投资“挤出效应”不会有的。另一方面，由于投资结构改变（地产投资比重下降），当前的投资回落，并非意味着资本形成会有同比例下降，因此经济平稳运行的状态将延续。



来源：《金融时报》

德国之声

中国经济稳增长还需未雨绸缪

中国国家统计局近日发布数据指出，今年8月份，规模以上工业增加值同比实际增长6.3%，较7月份加快0.3个百分点，也高于市场预期的6.2%。

统计局的数据分三大门类看，8月份，采矿业增加值同比下降1.3%，制造业增长6.8%，电力、热力、燃气及水生产和供应业增长7.0%。8月份部分指标有所改善，新经济新动能快速成长，国民经济继续保持基本平稳、稳中有进、稳中有好的发展态势。

路透社总结，中国8月宏观数据超预期，内外需改善带动工业增速升至5个月高位，基建和房地产投资反弹助力整体投资持稳，零售销售则在汽车消费等拉动下回升。结合此前公布的贸易和通胀数据，证实中国经济已走出7月低谷，三季度GDP增速或与上半年持平。

但同时也要谨慎，未来房地产投资恐受制于销售放缓，基建投资也面临高位回落压力，整体投资下行风险犹存，意味着中国经济稳增长还需政策面未雨绸缪：货币政策料维持稳健，积极财政受到财政收支矛盾日益加大的制约，未来可能更多寄望于PP（公私合营模式）加快落实，撬动民间投资。

专家解读

习近平总书记指出，讲中国故事是时代命题，讲好中国故事是时代使命。当中国与故事关联时，中国就不是一般的中国，故事也不是一般的故事。讲好中国故事，不是所谓的马斯洛效应：生存问题、温饱问题实现后，在全面建设小康社会过程中表达自我的行为，而具有更远的时代内涵与全球意义，是为了建立融通中外的话语体系。

讲好中国故事，首要的就是讲好中国发展故事及其背后的发展理念。《“十三五”规划纲要》提出要坚持创新、协调、绿色、开放、共享的发展理念。这五大发展理念，源于中国而属于世界，充分展示了中国的发展观，只有五千年文明史演绎的“兼收并蓄、融会贯通”思想才能在国际社会创造性提出五大发展理念，引领人类发展。因此，发展成就、发展观最能体现中国的软实力，最能提升中国发展话语权。讲好中国故事，首先是讲好中国的发展故事，及其背后的和平理念，这是世界的期盼，也是中国的担当。

但要讲好中国故事尤其要改变这两种现象：一是有故事，没中国。掌握国际舆论话语权的西方媒体往往就中国某个问题大肆炒作。因此，讲好中国故事，首先要讲好中国，是在国际社会构建客观、全面、生动的中国观过程，任重道远；二是有中国，没故事。中国人讲中国，往往有中国但没故事，或者故事太中国特色，缺乏通约性表达，难以引起国际共鸣。为改变这两种状况，讲好中国故事，就是将中国、故事连贯为中国故事，通过中国故事讲世界故事，塑造世界的中国观。

因此，讲好中国故事，就要做好“三位一体”——自塑、他塑、共塑。超越“中国”——自塑；超越“故事”——他塑；超越“讲”——共塑，关注他人，关注时代，关注世界。

超越“中国”。讲好中国故事，首先要讲好自己的故事，要以个人魅力折射中国魅力。同时，中国人自古有天下担当，需超越中国，关注他人，善交、广交朋友。

超越“故事”。中国故事是多方面的，既有成功，也有教训，关键是故事背后的道。道在，自信在。超越自信，养成自觉，关键在讲好中国故事之道。中国故事是解决发生在中国的养性成性问题，与其他国家的故事具有共通性。外国人不只是讲好中国故事的听众，也可成为讲中国故事的主人。

超越“讲”。要学会倾听，激发对方听我讲的兴趣，然后才能有针对性讲，更好与对方互动。我们常常说国际舆论场“西强我弱”，其实“为而不争，故莫能与之争”。中国的持续成功，使得各种中国“崩溃论”、“威胁论”等不攻自破。

总之，讲好中国故事之道，是讲好“源于中国而属于世界、基于历史而引领未来”的逻辑，讲好世界故事，讲好时代故事。

（刘林勇 采访整理）

讲好中国故事是时代使命

中国人民大学国际关系学院教授 王义桅

中国2015对外投资额跃居世界第二

9月22日，中国商务部、国家统计局、国家外汇管理局共同编辑出版的《2015年度中国对外直接投资统计公报》正式发布。公报显示，2015年中国对外直接投资额同比增长18.3%，达到1456.7亿美元的历史新高，首次位列世界第二。

从全球看，中国仅次于美国排在第2位，超过日本。在金额上首次超过同期中国实际使用外资的1356亿美元，实现资本项下净输出，正式成为资本净输出国。2015年末，中国境外企业资产总额达4.37万亿美元。中国对外直接投资实现连续13年快速增长。

——《日本经济新闻》

中国发展核电仍有较大空间

在未来10年内，中国每年将至少新建6座核电站。也就是说，60个新的核反应堆。然而，即使60个新的核电站全部开始运转，核电在中国的发电量中仍仅占10%。而在美国，这一比例今天已达到20%，在法国甚至占到70%，亚洲的核电领先者韩国则占30%。因此，中国发展核电仍有较大空间。

无论是核电的反对者还是支持者，有一点是非常肯定的：技术的未来将由中国决定。这不仅仅因为中国在全球范围内建造的核电站数量独领风骚，而且还在于西方的新核电站也有相当一部分由中国人建造或共同建造。中国企业能提供最好的性价比，包括有利的融资。在停止10年后，欧洲第一座新的核电站就由法国和中国的企业共同建造。

——德国《商报》

全球居民健康排行中国名列92位

《柳叶刀》杂志公布的全球居民健康排名中，中国排名第92。中国的评分是60分，满分为100分。

对中国的排名产生负面影响的是自然灾害造成的高死亡率（100分中的39分），大量受感肺炎人群（40分），卫生水平较低（38分），以及PM2.5空气污染指数（25分）。对排名产生正面影响的是几乎不存在疟疾（94分），高水平的产科（97分），低程度的被忽视热带病传播（89分），以及最低程度的家庭性暴力（96分）。

制定该排名的标准包括儿童和婴儿的死亡率、交通事故中的死亡率、儿童的超重情况、酒精与烟草的消费水平、艾滋病、肺结核、患病率、乙肝的患病率、自杀率。

——《俄罗斯卫星网》

石油市场担忧中国停止增加储备

今年，中国的石油进口已经成为推动需求的重要力量。据估计，全球需求增长了130万桶/日，而中国迄今为止的石油进口量较去年增加了13%，相当于每天增加90万桶。所以，中国的重要性不言而喻。

大量的进口石油流入了中国的战略石油储备。今年上半年，中国战略储备增加了1.36亿桶，总量达到3.69亿桶。这意味着增幅达到60%。

不过，石油市场正在担忧中国将停止增加战略储备，因为已经没有足够的空间来储存这些廉价石油。中国官方的储备能力只能容纳2.62亿桶，所以政府动用了第三方存储空间来存放剩下的石油。另外，油价现在并不像今年早些时候那样便宜了，布伦特油价24日市时段报每桶47.22美元。

——《华尔街日报》

海外声音