

观察中国软实力发展现状与国际影响力

余虹

从经济增长和军事实力的硬实力发展指标来看，毫无疑问中国已经跻身世界大国行列。在经济上，中国已经一跃成为全球第二大经济体、全球最大货物贸易国之一；世界企业500强榜单上的中国企业数量已经过百，中国作为世界最大的消费市场之一，为各国企业带来难以抗拒的商机。

在军事上，中国军力现代化进程在加速，中国军费开支已经位居世界第二位。随着山东号航空母舰列装服役，中国目前已经拥有两艘航空母舰。中国迈入海军大国行列，成为少数几个拥有两艘或以上航空母舰的国家。类似这样的中国硬实力发展的例子还可以列出许多。

与硬实力一道，软实力已经成为构成一个国家综合国力的重要组成部分，并日益成为大国竞争影响力的重要平台。软实力是一国对外吸引力、影响力和感召力的集中体现。软实力的概念由美国政治学者约瑟夫·奈（Joseph Nye）在上世纪80年代末期首先提出，是指一国除经济和军事实力以外第三方面实力，主要包括文化、艺术、美食、教育、对外政策、发展模式、政府治理和国家形象。

中国政府和领导人高度关注软实力发展，并将发展软实力视为中华民族复兴重要一环。为此，中国政府投入大量金钱和制定各种政策用以支持软实力的发展。对于中国软实力的发展现状与国际影响力，西方国家与中国国内有截然不同地看法。

西方国家（政府、知识界与媒体）认为由于没有自由和民主，加上严格的文化出版和新闻审查制度，因此普遍断定中国软实力很弱，甚至基本没有软实力。相反，中国国内则文化自信高涨，相信中国经济硬实力的增强会带来软实力的提升，中国文化软实力已经走向海外，并在海外传播开来。

中国软实力国际影响力有所上升

客观上说，近年来中国软实力确实有所发展，中国软实力国际影响力也有所上升。从文化资产来看，中国是文明古国。中国拥有悠久辉煌的古代文明史和丰富文化资源，并拥有全球最多的经由联合国教科文组织评定的世界文化遗产。滚滚历史长河，以儒家思想和价值观为核心的中华文明是世界上唯一持续5000年而不断断的文明。这为中国软实力发展奠定坚实基础。依据孔子学院总部/国家汉办提供的数据，截至2018年年底，中国已经在全球154个国家设立548间以推广中文和传播中国文化为主要目的的孔子学院，在孔子学院工作的中外专任与兼职教师人数达到4.7万人。

从维护基于规则的国际制度体系来看，面对当

与其硬实力地位相比，中国必须清醒意识到软实力是其发展的软肋，中国软实力还远远谈不上强大。作为约占全球人口五分之一的泱泱大国，中国软实力和对外影响力还很弱小。

前国际单边主义和保护主义愈演愈烈地态势，国际多边主义体系和以联合国为核心的多边机构权威遭遇重创。作为现有开放性多边主义的最大受益者，中国也在积极倡导和维护多边主义。发起成立亚洲基础设施投资银行、积极推动区域全面经济伙伴关系协定和参与应对全球气候变化，都体现出中国以实际行动践行多边主义。这也为中国赢得国际社会的不少掌声。

从积极参与国际治理和规则体系改革来看，中国主导成立亚洲基础设施投资银行（亚投行）展现了其开始控制地区发展议程，以及在亚洲基础设施融资领域不断上升的影响力。成立仅仅四年多时间，亚投行已经成功吸引世界100个国家参与，彰显其在全球受欢迎程度。中国强大的基建融资实力和基建建设高效率使得包括美国在内的其他国家难以与之竞争。

从经济和商业影响力来看，伴随中国成为全球第二大经济体和最大货物贸易国之一的实力，中国企业积极对外投资和拓展其在海外经营业务，从紧邻的亚洲，一直向欧洲、非洲和拉美地区延伸。世界各地都可以看到中国企业和中国商人活跃的身影。

从发展模式的吸引力来看，中国发展经验或者说“中国模式”对于不少发展中国家的吸引力在增强。中国有效兼顾国内政治稳定、经济增长和社会治理三者平衡的模式，为发展中国家提供了不同于西方“华盛顿共识”新的发展道路选择。当然，伴随其经济发展形成的“中国模式”自身也存在环境污染、腐败、政策制定不透明、地区发展不均衡和贫富差距扩大等内在缺陷。这是国际社会质疑中国模式的集中所在。

世界经济论坛发布的《2019年全球竞争力报告》清楚指出：在所有竞争力评估指标中，制度建设是中国竞争力最为薄弱的一项，在全球排名非常落后，尤其是对政府权力的监管和制衡、媒体自由度、社会资本（例如社会内聚力和公民政治参与度）和腐败指数等指标。

中国软实力发展的局限与困境

与其硬实力地位相比，中国必须清醒意识到软实力是其发展的软肋，中国软实力还远远谈不上强大。作为约占全球人口五分之一的泱泱大国，中国软实力和对外影响力还很弱小。英国波特兰公关公司发表的年度全球软实力研究报告《软实力排名

前30》（The Soft Power 30）是衡量国家软实力发展最为全面的量化分析指标。该研究报告是基于主观（例如国际民调、国际受访者对相关国家对外政策的认可度、美食）和客观（政府治理、文化、教育水平、经济和商业影响力、数字化和公民参与度）两大类子指标共同构成。

依据《2019软实力排名前30》，中国位次仅排名全球第27名（法国位列全球第一名）。除了在文化领域排名在全球第八以外，其他绝大多数指标领域例如教育、政府治理、数字化和对外政策等全球排名均在20名之后。与其他不少亚洲国家相比，中国的软实力全球排名甚至比日本（全球第八名也是唯一进入全球软实力前10名的亚洲国家）、韩国（全球第19名）和新加坡（全球第21名）都要低。

首先，中国文化在全球尤其是西方世界的影响力依然十分有限。以《康熙王朝》《甄嬛传》《延禧攻略》和《如懿传》为代表的中国历史宫廷剧仅局限在华人集中的亚洲国家和地区流行。依据麦肯锡2019年发布的数据，中国电视剧出口额仅为韩国的三分之一。近段时间，中国许多媒体将四川女孩李子柒打造成中国文化软实力输出的例证。

李子柒的节目描述她在青山绿水间烹饪特色中华饮食，包装兜售一种田园牧歌式的自给自足生活。这确实吸引了大批对于拥挤和喧嚣城市生活感到疲惫，并渴望远离“城市化”回归田园生活的观众（尤其是年轻人）的喜爱。以国际流行的视频分享网站YouTube节目点击率来看，李子柒的“小桥流水人家”和“诗歌田园”系列中华美食节目，在该视频分享网站上有百万以上的点击收看率。

从商业运作上讲，“网红”李子柒个人及其节目制作团队无疑是成功的。但是将李子柒上升至“文化软实力输出”则有些言过其实。依据《金融时报》中文网与马来西亚的WebTVAsia（关注亚洲娱乐影视和创意）提供的数据，李子柒节目的观众群体主要集中在文化同温层和华人集中的亚洲地区，例如越南、泰国、印度尼西亚、马来西亚和印度。相反，李子柒在跨文化和非华人背景为主的欧洲、非洲和美洲地区的追随观众实际上很少，更谈不上打入西方主流文化圈。

其次，从国际形象和认可度来看，依据美国皮尤研究中心在2019年12月发布的全球态度调查报告（The Pew Global Attitudes Survey），除希腊和中东欧地区少数国家以外，绝大多数亚洲和欧洲国家、以及美国和加拿大对中国持负面观感的受访民

众远多于持正面观感的民众。新加坡尤索夫伊萨东南亚研究院发布的2019年东南亚态势调查（The State of Southeast Asia）数据也表明，在问卷调查的东南亚精英阶层对所有大国的信任度中，对中国的信任度是最低的，相反，不信任度则是最高的。

这些调查数据反映出中国当下“大外宣”和对外形象传播的尴尬之处。很显然，发生在新疆的对待少数民族问题，以及香港近期发生的持续示威游行和暴力抗争，都对全球领导力声誉造成损害，也给中国国际印象造成负面冲击。

第三，中国在教育尤其是在社会科学研究上的国际影响力依然乏善可陈。跟据麦肯锡全球研究院在2019年发布的中国报告，2017年来中国留学的人数仅占全球留学生总人数3%。以“一带一路”研究来看，自2013年中国提出“一带一路”倡议以来，中国知识界掀起“一带一路”研究热，国内各高校和社科院纷纷成立各种“丝路”研究机构或智库。

但是尴尬之处在于中国学术界至今还没有能构建起“一带一路”理论研究和政策解释体系。绝大多数的研究成果仅从“中国视角”来分析，缺乏国际化视野。又或者包装阐述官方宣传内容，自说自话，缺乏原创理论建构、量化数据和详实案例研究作为支撑。虽然“一带一路”倡议由中国提出，但是中国至今还没有掌握该倡议的国际话语权。

没有与硬实力相匹配的软实力，中国就难以成为一个真正的全球性大国，至多是一个“跛脚”大国。硬实力为软实力发展提供物质基础（全球软实力排名前10名的国家皆为经济发达国家），但是，硬实力的增强并不意味着软实力的上升。未来中国软实力发展还有很长的路要走。软实力的软肋成为制约中国综合实力发展的重要因素。

软实力需要国际社会认同与接受，靠金钱是买不来的。中国软实力的蓬勃发展需要建立在鼓励自由争辩和创造思维的土壤上，这是中国软实力的痛点，也是其未来发展面临的最大挑战。不应忘记中国历史上的春秋战国时代诸子百家争鸣，这也是各种思想迸发、文化辉煌灿烂的时代。

中国如何在快速变化的国际地缘政治经济和大国竞争的格局下发展自身的软实力？中国应该如何运用硬实力并助力其发展软实力？中国应该如何改善其国际形象？此外，未来又应该如何运用中国的软实力和国际影响力？这些问题都考验中国智慧。发展软实力不仅仅需要自信，还需要向国际社会证明，需要它（国）信。

作者是新加坡国立大学东亚研究所高级研究员
本文是作者为《联合早报》旗下的英文电子杂志
“思想中国”（ThinkChina）所写