

国际

中拉关系中的中国形象分析及 应对策略

侯慧艳 李守石

【摘要】虽然中拉关系日益升温,但拉美仍是中国最陌生的一块大陆。调查表明,中拉关系正处在一种复杂的矛盾状态中,在宏观上整体向好的同时,微观上还存在着许多复杂的情况和难解的问题。因此,在目前的中拉关系中,应当仔细研究中国形象的一切影响因素,把不断提升中拉关系中的中国形象作为一项长期而艰巨的任务。

【关键词】拉美 中国 中拉关系 中国形象

【中图分类号】D822 **【文献标识码】**A **【文章编号】**1000-2952(2015)06-0130-07

一、问题缘起与文献回顾

当我们用“中国外交的新天地”来形容新时期里中国在拉丁美洲的外交事业发展的时候,也同时意味着拉丁美洲是目前世界上与中国在距离上、心理上和认知理解上都最远的一块大陆之一。近几十年来,中拉关系日益热络,相互之间在经济、政治上的重要性日益提升,与此同时在认识中拉关系上也出现了值得注意的两种不同的态度:一方面是在国内,认为中国与拉美国家共同作为第三世界的发展中国家,在重大利益、要求和发展取向上表现出同质性,即使存在一些差异,也可以忽略不计,因此,中拉关系亲密无间,甚至牢不可破;另一方面是在国外,特别是从一些与拉美地区有传统利益关系的国家的角度来看,中国与拉美之间日益密切的关系似乎正在威胁着它们的利益,不管这种威胁是出于有意还是无意,有的国家正跃跃欲试地准备着对中国进行“反击”。虽然这

两种态度产生的立场截然相反,却是基于同样一个事实:即中拉关系的现状。那么以上两种态度的认识基础是否客观?真实的中拉关系的现状到底是怎样的?拉美究竟是如何看中国的?这一切都需要翔实严密的调查研究来作出判断,需要认真审慎地理论分析来给出结论。因此,我们必须对中国在拉美的形象展示进行基于客观事实的研究,勾画出拉美人民心目中确切的中国形象,在此基础上调整我们的对拉政策和行为,而不是只凭着表面情况盲目乐观。

从对于已有文献资料的分析 and 解读来看,目前与本文所讨论的问题“中拉关系中的中国形象”问题相关的文献主要在以下几个方面展开研究:首先,有关中国“国家形象”方面的研究,虽然也有部分涉及到国际关系学领域,但更多的仍侧重于从传播学、文学、文化学的角度展开探讨,如孙祥飞的《“中国梦”的本土阐释与异域想象——以中国形象的跨文化建构

为视角》^①是从文化学的视角开展研究，吴秀明等的《论全球化语境下“中国形象”的塑造与传播》^②是从文学角度展开讨论；张国良等的《中国与世界的精彩对话：传播与社会转型》^③是从传播学角度切入探讨国家形象问题。其次，有关“海外中国形象”的研究近两年日益增多，但主要的研究都集中在西方发达国家，对于其他国家和地区的研究较少且不够深入，如冯帆的《和平的狮子抑或崛起的威胁——英国主流媒体对华报道映射下各阶层民众的中国映像》^④；赵倩的《〈时代〉周刊封面上的中国形象解读》^⑤等。再次，2014年以后，随着中拉关系的升温，有关中拉关系的研究成为国际关系学研究的热点，但研究的方向多集中于讨论中拉关系发展的前景，对于中拉关系动态中的中国形象缺乏充分客观理性的分析。此外还有一些有关国家形象问题的调查研究也取得一定的研究成果，比如郭芳等的《六大洲受访国认可中国正能量》^⑥，张汝飞等的《定量探讨国家形象的影响因素——基于发达国家（地区）和发展中国家（地区）的对比分析》^⑦，中国外文局对外传播研究中心课题组的《中国国家形象全球调查报告2014》^⑧等，但并没有将拉美社会作为一个类别整体来专门研究其中的中国形象问题。鉴于现有的研究成果，本文将“中拉关系中的中国形象”问题置于国际关系和传播学的交叉领域，在实证调查数据的基础上展开研究，对客观事物的原貌进行理性地分析，以期得出科学的结论。

二、研究方法与研究假设

2013年6月，上海交通大学全球民意研究中心发布了“亚洲和拉丁美洲中国国家形象民意调查报告”。调查采用国际先进的科学实证调查方法，由国际民意调查权威机构进行严格地随机抽样，在各国开展入户问卷调查。拉美样本总量38571份，平均样本达1600多份。^⑨本研究借助上海交通大学全球民意研究中心和国际学术机构关于拉美的实证调研数据，对拉美24个国家和地区的中国形象开展民意实证调查。

调查内容主要围绕以下几个方面展开：（1）中国在拉美社会的影响力调查；（2）中国在拉美社会影响的积极性调查；（3）拉美社会各界对中国形象的认知程度调查。

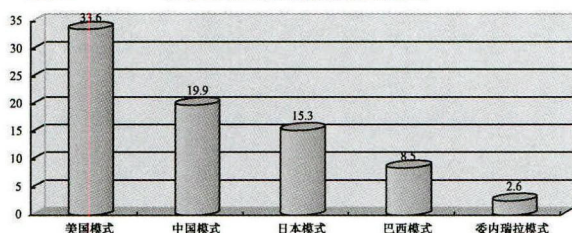
针对调查内容，本研究主要采取了对比和动态观测的方法进行问题追踪。一方面，通过对各个国家与中国在拉美影响力的对比中找出中国影响力的位置和水平；通过对拉美不同国家对于中国形象的不同感知情况来对比出中国在拉美不同国家中的不同表现；通过不同行业、不同领域中的中国形象的调查对比出中国在不同行业、不同领域中展示形象的不同程度和水平。另一方面，通过动态观测的方法针对不同时段的问题，如过去5年内、未来5年等来探究拉美社会对于中国形象展示的程度以及其对于未来中国形象的期待。本次调查以“在拉美逐步提升的中国形象并不十分完美”为前提假设，重点探寻“不完美”的程度、关键点，并挖掘“不完美”的深刻根源，继而提出有针对性的策略和建议。

- ① 孙祥飞：《“中国梦”的本土阐释与异域想象——以中国形象的跨文化建构为视角》，《郑州大学学报（哲学社会科学版）》2015年第1期。
- ② 吴秀明、方爱武：《论全球化语境下“中国形象”的塑造与传播》，《浙江大学学报（人文社会科学版）》2010年第6期。
- ③ 张国良、吴佳玲：《中国与世界的精彩对话：传播与社会转型》，《江淮论坛》2015年第1期。
- ④ 冯帆：《和平的狮子抑或崛起的威胁——英国主流媒体对华报道映射下各阶层民众的中国映像》，《新闻前哨》2015年第2期。
- ⑤ 赵倩：《〈时代〉周刊封面上的中国形象解读》，《西北大学学报（哲学社会科学版）》2015年第2期。
- ⑥ 郭芳、邢晓婧：《六大洲受访国认可中国正能量》，《决策与信息》2015年第1期。
- ⑦ 张汝飞、赵彦云：《定量探讨国家形象的影响因素——基于发达国家（地区）和发展中国家（地区）的对比分析》，《当代经济管理》2015年第2期。
- ⑧ 中国外文局对外传播研究中心课题组：《中国国家形象全球调查报告2014》，《对外传播》2015年第3期。
- ⑨ 《国家形象民意调查报告发布：拉美“青睐”中国模式》，2013年6月11日，http://newspaper.jfdaily.com/xwwb/html/2013-06/11/content_1040639.htm，2013年6月11日；《上海交通大学调查显示拉美民众喜欢中国多于美国》，2013年6月14日，<http://sh.eastday.com/m/20130614/ula7454255.html>，2013年6月14日。

三、调查结果分析

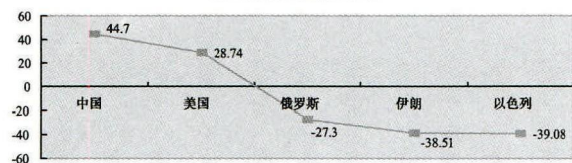
本次调查通过关于“中国与拉美国家发展关系和影响”的十一大问题，考察中国国家形象在拉美的被认知和中拉关系的实际状态。根据对数据的整理分析发现，中国在拉美的影响力（25.1%）低于美国影响力（50.3%），但拉美民意认为中国在拉美具有正面影响的比例（70.6%）高于美国（63.9%）。有近20%的拉美民众选择中国作为他们发展的模式，这一选择虽然低于美国，但却高于日本、巴西和委内瑞拉，位列第二。

图1 拉美民众喜欢的发展模式



在一100到100的评分体系中，拉美民众认为过去五年中国与拉美关系日趋紧密，程度高于美国、俄罗斯、伊朗、以色列。

图2 拉美民众心目中各国与拉美关系的密切程度



56.7%的拉美民众认为中国与当地在劳资关系方面存在问题，57.5%的拉美民众认为中国对拉美当地风俗文化的理解存在问题，60.6%的拉美民众认为中国缺少对当地政治、法律、社会价值和规范的知识，58.0%的拉美民众认为中国缺少与当地媒体和居民的沟通。根据这些调查数据所显示的结果，我们大致可以对拉美社会心目中的中国形象作出这样的概括：正面为主，可以信任，稳步发展，存在矛盾，有待提升。

（一）中拉关系中的中国形象基本正面，但存在矛盾

目前学术界普遍认为，“国家形象”兼具客观性和主观性，是十分复杂的。一方面，“国家形象”根本上是基于一国客观存在的民族特点、国际行为表现等事实所产生的，具有客观性，但是另一方面，“国家形象”归根到底是客观事物在人脑中的反映，其形成与人们对某国家的不同层次认识、不同角度的判断和评价等主观因素密不可分。因此，要透彻了解一国的国家形象，必须坚持辩证的方法，全面地看问题，在客观因素相似的情况下，有时分析目标群体的主观因素和国家间的互动状态更为重要。

从本次调查的结果来看，认为中国最有影响力的拉美民众中，70.6%对中国影响力评价正面；认为美国最有影响力的拉美民众中，63.9%对美国影响力评价正面，说明拉美民众对中国在拉美地区影响力正面评价率高于美国（6.7%）。但是，从另一组数据中，我们又看到，有略超过一半拉美民众（56.6%）就中国企业对拉美各国的经济贡献持正面评价，也就意味着，同时还有接近一半的拉美民众对于中国企业对拉美经济所做的贡献并不看好。这些数据大体上反映出了拉美社会心目中中国形象所处的矛盾状态，而这种矛盾状态又常常被人们所忽视。

目前中拉之间的交流与合作主要集中在经贸方面，面对大量增长的经贸活动，中拉双方的立场是很不同的。由于在贸易中，中方主要从拉美进口品种比较单一的资源性初级产品，同时向拉美国家出口类别丰富的制成品。中方更多地认为这种经贸是互补性的，但是拉美社会的看法有时会大相径庭。一方面，虽然中国对初级产品的进口使拉美国家在短期内获得了一些发展所需要的资金，但从长远来看，这种大量的初级产品的单向贸易很容易使拉美各国产生对初级产品贸易的依赖性，甚至使其经济结构呈畸形发展，最终被固定在国际产业链的最末端，彻底丧失国际竞争力。另一方面，大多数拉美国家与中国有着相似的现代化要求。在发展过程中，领先一步、略占优势的中国制

成品的出口对其造成了巨大的压力，压制了其民族工业的发展空间，甚至是生存空间。此外，中国在吸引外资、产业技术升级和国际合作方面较之拉美更有竞争力，无形当中产生了与拉美社会之间的利益分歧。这些问题都影响了拉美社会的中国形象。正因为如此，近年来中拉关系中贸易摩擦不断，不愉快的事件屡有发生。在这种情况下，不但使西方仇华势力在拉美散布的“中国威胁论”颇有一定的市场，而且还使许多人认为中国试图在拉美搞“新殖民主义”。拉美新兴经济体对于中国的矛盾心态从调查中可见一斑，比如阿根廷、墨西哥和厄瓜多尔等与中国经贸往来最为频繁的几个国家，在“中国企业对该国经济贡献正面评价率”这个问题上反而是正面评价率最低的。这种现象必须引起中国政府的高度重视。

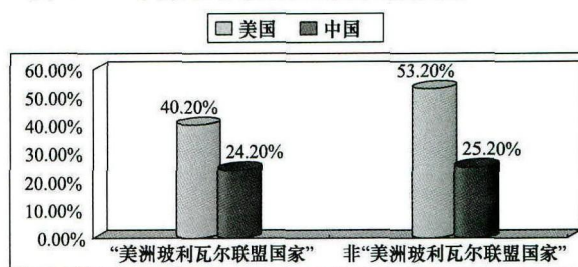
（二）拉美社会共性明显，但对华印象参差不齐

拉丁美洲是国际上最具区域共性的地区之一，中国人也一直把拉美当作一个整体来对待，但也不得不意识到，拉美也是一块十分复杂的大陆。在这块大陆上有着 33 个国家，各个国家的发展水平、政治意识形态、社会制度设计和国际政治角色都很不同，这些不同引起这些国家与中国关系的差异，也使得中国在这些国家中的形象大不相同。

首先，由于资源环境条件和经济发展水平不同，拉美各国在对华交往中的态度不同。有学者认为在经贸合作的过程中，中国一直面对的是两个不同的拉美：“一个是出口农产品、原材料和能源矿产的国家（比如阿根廷、巴西、智利、秘鲁、委内瑞拉、玻利维亚和厄瓜多尔等）。中国同这些国家的贸易具有一定的互补性。另一个是墨西哥和中美洲国家，中国同这些国家的产品没有互补性，而是竞争关系，这些国家实际上是中拉经贸合作的输家。”^①前者由于在与中国的合作中至少获得了一些暂时性的客观利益，所以有可能暂时克制矛盾心态中不利于发展对华关系的一面，但后者中的国家由于竞争的失败和利益的丧失，也许很难抑制对中国的不满。

其次，政治互信的程度不同，影响着中国在拉美各国的形象。调查显示，在“美洲玻利瓦尔联盟”国家中，中国与美国影响力较接近，在非“美洲玻利瓦尔联盟”国家中则差距显著。这说明各国政府的政治意识形态和与美国关系的远近，也是影响中国形象的重要因素。

图 3 中美两国对拉美民众影响力对比



最后，拉美各国与中国交往的密切程度不同，也影响着各国对于中国的认知程度。面对共产党执政的中华人民共和国，拉美各国在外交上并不是一个整体，有的国家特别是一些左翼的新兴经济体与中国交往密切，高层互访频繁，并建立起各种亲密合作的战略伙伴关系；有的国家处在中间状态，对华关系处在观望时期，不冷也不热；有的国家政局动荡，政变频繁，难以稳定发展对华关系；个别国家未与中国大陆建交，甚至还与台湾当局保持着“外交”关系。此种情况下，简单地用“热络期”来描述中拉关系是不准确的，中国形象在拉美各国也不可能是一致的，而是会有很大差异的。

（三）中拉关系中亟待展开对称、双向的文化交流

不同文明之间的和谐交往必须建立在彼此了解和认可的基础之上，形成“对称双向交流”传播范式。在中拉文化交流上，我们多致力于向对方推介自己的文化，却忽视或轻视了引进对方的文化。2008 年中国社会科学院委托拉丁美洲研究所做了题为“中国人心目中的拉丁美洲”国际舆情调查，结果显示，大部分中国人对于拉丁美洲知之甚少，“不甚了解，没有关注过”、“仅限于几个球星和政治领导人”、“对拉

^① 郭存海：《中国重新发现新大陆》，《文化纵横》2010 年第 3 期。

美的了解只比对南极洲的了解多一点”等回答占大多数,这让人感到十分遗憾。谈到拉美的困难,大部分人(55.10%)认为是由于信息来源太少而造成的。^①单向的文化传播,要么强势而致人抗拒,要么弱势而使人反感,都是低效甚至是无效的,有时还可能起反作用。于我们而言,想要获得推介的成功,首先应引进对方的文化。当拉美社会看到我们的文化的时候,感觉得到这里也有对他们的认知,当他们来到中国社会的时候,感到这里对他们并不陌生,他们才会感到亲切和信任,而不致于反感和抗拒,才能更加接受和认同中国。

文化交流的内容广泛,不仅包括历史故事、民族传统等人文精神的内容,还包括国家发展模式上的相互学习和经验教训的相互借鉴。在这方面,一直以来我们总是把拉美视为一个可怜的失败者,而把自己看作一个初获成就的成功者,这种心态不但拉大了双方之间的心理距离,也是很科学的。事实上,拉美各国一直在努力地追赶着现代化的目标,探索一直没有停止。自19世纪70年代以来,“该地区先后经历了古典自由主义、发展主义和新自由主义三种现代化战略,初级产品出口、进口替代工业化和新型出口导向三种经济发展模式,以及寡头威权主义、民众威权主义、官僚威权主义、现代代议制民主等政治模式的演变。可以毫不夸张地说,拉美是现代化的‘实验室’。”^②可以说,在拉美发展的道路上,成功的经验和失败的教训,都是十分宝贵的无形资源。同时,拉美各个国家在面对现代化过程中的难题的时候进行了充分地探索,其解决方案也各具特色。比如“阿根廷,由于能够抓住机遇,采取了吸引外资和外来移民的政策,促进当地畜牧业和早期工业发展,在1870~1913年间,GDP的增长率达到6.02%,不仅是拉美国家中的佼佼者,甚至高于同期英国(1.90%)、美国(3.94%)和日本(2.44%),成为世界上经济增长最快的国家。根据世界著名经济学家麦迪森的估算,到1913年,阿根廷的人均GDP已经达到3797国际元(International dollars),次于同时的美国(5301国际元),而超过西欧国家的平均值

(3473国际元),更远远超过日本(1385国际元)。此时的阿根廷,被列入‘发达国家’的行列。”^③可见,在拉美发展的路上,不仅仅有我们所熟知的“拉美陷阱”可引以为戒,还有更多宝贵的无形资源等待我们去了解和学习,这对于我们这个正在探索中的发展中国家来说,是具有重要价值的。

(四) 美国因素是中拉关系中中国形象发展绕不开的“双刃剑”

中国和拉美发展关系有一个绕不开的角色,就是美国。有的人认为,目前中拉关系如火如荼,很快要取代美拉关系;还有的人认为,在与拉美的关系中,中国开始强势地进军,而美国逐渐被边缘化了。美国学者埃文·埃利斯指出:“华盛顿是否知道,北京已把旗帜深深地插在拉美的土地上?”^④“在(墨西哥这个)离美国最近的国家,中国占据了不少地盘。”^⑤中拉关系中的乐观主义者和美拉关系中的悲观主义者殊途同归,大都认同这种观点。但事实又如何呢?

本次调查显示,拉美社会的中国形象虽已疾速上升到第二位,但第一位的美国仍然是遥遥领先。地理位置上的相近、社会制度上的同质和强大美国在拉美的现实地位等美拉之间的天然联系,使中国在可预见的未来时期内无意也不可能会在拉美与美国展开什么政治战略上的争夺。但是,随着中拉关系的逐渐扩展和深入,旁边的美国也必然会越来越不安静。可以说,在中拉关系中的美国因素是一把双刃剑,处理好了便有利于中拉关系两个大局的发展,利好中国在拉美的形象塑造,处理不好则会阻碍

① 参见郑秉文、刘维广:《中国人心目中的拉丁美洲——中国社会科学院国际问题舆情调研结果分析》,《拉丁美洲研究》2008年第5期。

② 韩琦:《中拉关系与重视拉美“无形资源”的开发》,《拉丁美洲研究》2011年第1期。

③ 韩琦:《中拉关系与重视拉美“无形资源”的开发》,《拉丁美洲研究》2011年第1期。

④ R. Evan Ellis, “China’s New Backyard”, in Foreign Policy, June 6, 2013. 转引自江时学:《中拉关系五问》,《拉丁美洲研究》2013年第5期。

⑤ R. Evan Ellis, “China’s New Backyard”, in Foreign Policy, June 6, 2013. 转引自江时学:《中拉关系五问》,《拉丁美洲研究》2013年第5期。

中拉关系的发展，破坏中国在拉美的形象塑造。

（五）影响中拉关系中中国形象的其他不利因素

除上面提到的一些问题之外，中拉关系中的中国形象在朝着良性方向发展的同时，还存在在以下几个方面的不利因素，比如，中拉关系中政治关系与经济、文化和社会交往等其他关系发展存在的不平衡性，中拉经贸的发展速度不稳定、经贸结构不平衡，以及拉美区域经济一体化大趋势的发展短期内给中拉经贸关系带来的挑战。此外，世界性金融危机的影响，拉美国家之间的内部关系，各国政治的动荡和政府的更迭，各色政治派别在社会上的竞争，以及台湾当局在拉美大陆展开的“银弹外交”等等都成为影响中拉关系中中国形象发展的不利因素。

四、结论与对策

虽然学术界普遍认为国家形象是十分复杂的，但也一致认可国家形象的可塑性。要提升中拉关系中的中国国家形象，归根到底还是在于中国对待拉丁美洲的政策和行为。为此，我们提出以下几个方面的策略建议，以期从“我”做起，使中拉关系中的中国国家形象排除一系列不利因素，再度提升。

（一）深入了解，区别对待

拉美社会是一个复杂的集合体，虽有一定的共性，但多样的个性不容忽视。中国与拉美的交往，并不是与拉美这块大陆的直接交往，而是与这块大陆上的各个国家的交往。为此，我们在同拉美的交往中必须具体问题具体分析，将不同的地区、不同的国家、不同的文化等一切有着各自特点的拉美社会区别对待，深入了解拉美社会各国的实际情况，并结合最具体的实际去解决问题。只有这样，我们才能在交往实践中获得成功，也只有不断获得成功的实践结果，才更能不断提升我国对拉关系中的国家形象。

（二）双向交流，弥合分歧

要做到文化的双向交流，从我们这方面来

说，首先要做到的就是主动学习对方的文化，这是有效地向对方推介自己的前提。在推介的策略上，不能一味地灌输，要有选择地、有先后地推介自身文化的不同方面，达到一定程度的认同之后再渐次深入和广泛地推介更多文化内容。在推介的过程中，不能一味追求推介的数量，应注意当时当地人民的接受度和认可度。在推介的途径上，可以在政府间和民间社会团体的合作中做些公益的宣传，也可以利用商业贸易途径进行文化产品的传播，但要注意到文化始终是带有公益性事业的，不能唯利是图，对文化产品的质量和内容结构要严格把关。在推介的方式方法方面，要力求多样，除大力开办孔子学院之外，还要针对不同文化层次和经济条件的人群提供更多种类的文化交流体验，如中国年、中国音乐会、中国文物与艺术作品展、中拉留学生交换等等，一些文化商品如书籍、影视作品，甚至饮食等等都可以拿到拉美社会去传播，让拉美大众从不同的视角去看待和解读中国。

（三）入乡随俗，融入当地

本次调查中，50%左右民众认为中国在当地沟通和地方文化、法规理解不够。2014年11月，墨西哥通信和交通部宣布由中国铁建牵头的国际联合体中标墨西哥城至克雷塔罗高铁项目，旋即又宣布取消中标，将重启招标程序，给中国铁建造成重大损失的同时，也给中国对墨投资的未来蒙上一层阴影。由于两国距离遥远，文化、利益等各方面又存在巨大的差异，因此沟通和协商总是存在着很多的障碍和不确定因素。一位拉美学者的评论或可从侧面反映出这一问题：“中国很多海外投资，操作模式如在国内，那是做工程模式，不是投资模式。”^①这个评论指出了中国企业在拉美投资行为失败的深层次原因在于企业经营的方式不能融入当地社会。因此，“本土化”是下一步中国企业在拉发展的重要任务。聘用和培训本地员

^① 《墨西哥毁约背后：事情比你想象复杂 中国高铁躺枪》，2014年11月8日，<http://money.163.com/14/1108/16/AAHTLG73002526O5.html>，2014年11月8日。

工、建立一支来自拉美本土的核心团队,打造符合拉美本土社会价值观和要求的企业文化、派驻人员长驻拉美或招募一些已经移民于拉美多年的华人加入是在拉中国企业下一步要好好研究的重要工作。

本文基于实证调查数据对拉美的中国国家形象进行分析并提出策略,但由于能力和条件所限,这些研究还比较局限于宏观和抽象的层面,对于更加微观和具体的层面以及单个问题的特殊性的研究还不够,因此,下一步的研究期待在个案调查和分析的基础上展开。总之,拉丁美洲是一块充满生机和活力的大陆,对中国来说,在未来,它既是机遇也是挑战。面对拉美,我们必须善于抓住机遇,勇于迎接挑战,努力提升中拉关系中的中国形象,尽最大努力发展好中拉关系。

[导师刘曜教授点评意见]

《中拉关系中的中国形象分析及应对策略》

这篇文章,在客观的调查数据的基础上,对中拉关系中的中国形象进行了实证分析,认为中拉关系正处在一种复杂的矛盾状态中,在宏观上整体向好的同时,微观上还存在着许多复杂的情况和难解的问题。因此,在目前的中拉关系中,应当仔细研究中国形象的一切影响因素,把不断提升中拉关系中的中国形象作为一项长期而艰巨的任务。

纵观全文,该文紧密联系实际,内容丰富,观点正确,逻辑严密,有一定参考价值,同意其发表。

本文作者:侯慧艳是江苏省盐城工学院社会科学部讲师,中国社会科学院马克思主义学院2014级博士研究生;李守石是上海交通大学人文艺术研究院、全球民意研究中心助理研究员,博士后

责任编辑:周勤勤

An Analysis of and Development Strategies for China's National Image in China-Latin America Relations

Hou Huiyan Li Shoushi

Abstract: Although China-Latin America relations are increasingly warming, Latin America is still the most unfamiliar continent to China. Surveys show that the Sino-Latin America relations look well on the whole, but there are many complicated and difficult issues on the micro level. Therefore, all the factors affecting China's national image should be taken into careful consideration so as to fulfill the long-term task of continuously improving China's national image in China-Latin America relations.

Keywords: Latin America; China; China-Latin America relations; China's national image

补 正

本刊2015年第4期,杜哲元、徐进:《“亚欧枢纽”还是“帝国坟墓”——“大中亚”地带地缘政治机理析论》一文第136页,“自古以来,闭关则衰,开放则兴,这是两千多年来古丝绸之路荣辱兴衰所验证的不争之实,可以说,走外向型经济道路是新疆经济起飞的不二法门”,遗漏脚注:引自冯亚斌、高志刚:《构造新疆外向型经济增长极的思考——清水河—霍尔果斯口岸经济特区构想》,《干旱区地理》1998年第3期。