

编者按：一带一路建设不仅是政府的事，也是企业、NGO、智库等组织的事。我国智库在一带一路倡议提出之初，就开展研究工作，为一带一路建设建言献策。对于一带一路，他们没有搞书斋式的研究、考古式

的研究，而是经常在路上，倒时差、换水土，不停找思路、常常被刺痛、频频被感动。在一带一路国际合作高峰论坛举行之际，我们将他们的言论、成果一一展现出来。

# 打通发展痛点 仰望人文高点

■ 本报记者 孙允广 实习记者 周东洋

一带一路建设是打通发展痛点，仰望人文高点。中共中央党校国际战略研究院教授赵磊在人大重阳金融研究院举办的一带一路国际合作高峰论坛系列讲座上这样表示。

赵磊表示，一带一路最开始讲五通建设，政策沟通、设施联通、贸易畅通、资金融通、民心相通。通和痛是一对反义词，不通就会有痛点，有痛点就会制约活力和合作潜力。中国的新疆、陕西、宁夏、青海、甘肃等西北地区，同时经历改革开放38年，但很多地方仍是改革开放的末梢，存在痛点，要将活跃的经济要素带到这些地方。

一带一路建设在刚开始时以修建基础设施项目、产业园区合作项目等等来促进五通建设，以此来打通发展痛点。但这远远不够，因为这些仅仅是头痛医头、脚痛医脚。中国几千年来逻辑是，只有打通了文脉才能获得持续的商脉。

所以说，一带一路建设更高的点是人文高点。赵磊说，一带一路从功能定位走向人文定位，这是两个阶段，起点和终点。

赵磊把多数人提到的痛点，

概括为痛点经济学。他以滴滴专车和共享单车的例子来解释资本是如何找准了市场的痛点。出行打车的人，可能都会有这些感受：出租车绕路、司机不停的让路边招手人拼车、劣质的服务态度、高昂的费用。三年前，3家互联网企业投资80万开滴滴专车，三年后，实现滴滴专车总资产1000亿元。这其中，便是找到并解决了一二三线城市人们出行的痛点。近些日子火热的共享单车，呈现井喷式发展，其逻辑亦是如此，解决了大众出行的又一个痛点。最后一公里。

人们体验中的痛点，就是市场的盈利点，也是体制机制的完善点。所以，很多人问怎么找一带一路机遇？我认为，与其等政策、等项目、等扶持，不如主动出击找痛点。赵磊表示。

为此，赵磊等研究者提出一路人的概念，常在路上、总倒时差、老换水土、不停找思路、常常被刺痛、频频被感动，这就是一带一路人。赵磊表示，书斋式的研究不适合一带一路，考古式的研究也不适合一带一路，必须常在路

上，知道别人的需求点、痛点是什么。有了充分的流动性和便利性，使得沿线国家的人才、企业、专家学者沟通顺畅。当专家们常在路上行走，专家的意见会逐渐成为一带一路的政策组成部分。

赵磊表示，三年来，中国修建了大量公路、港口和码头，但一带一路不仅仅是宽广之路，更应该叫大道至简。路和道在中国是一个意思，但又不是一个意思。路是物理层面的开疆拓土，道是趋势、规律、文化的温度，通心工程。这也是一带一路魅力如此彰显的原因之一。

2016年，习近平总书记在中共中央第31次集体学习做总结时表示，一带一路不能急功近利，一哄而上，一抢而光，一哄而散，要打造相互欣赏、相互理解、相互尊重的人文格局。

赵磊说，一个国家的真正崛起，包括企业的真正崛起，看似是一个经济事件，更应该成为文化事件。最初，很多人认为一带一路是商业行为，买与卖的问题，产品的进出口。这显然不符合一带一路魅力所在与逻辑所在。5年的企

业靠产品，10年的企业靠技术，100年的企业靠文化。经济事件背后一定是文化事件的。企业作为一带一路的主体，中华文化走出去，也就是企业文化走出去。中国企业投资一带一路沿线国家时，会不可避免地遇到文化冲突问题，企业应看重人文格局。与此同时，企业也应抓住一带一路的发展机遇，紧跟国家步伐，时时地进行文化宣传。

企业的文化宣传不是强势地输出，而是在于主动地被分享。有企业家表示，文化的核心就一句话：能不能激发与人分享的冲动，让外国人来到这个地方，激发一种分享中国的冲动。这是不分国界、不分历史的。

赵磊表示，在一带一路建设中，中国企业既需要走出去，更需要走进来和走上去。在标准、品牌、文化和理念上做文章。一带一路的关键要靠企业、政府、媒体、学者，让企业最有获得感，提升企业走出去的品质，而且好企业不能够三五成群和依次崛起，最好中国的企业是群体性崛起。从痛点到人文高点，企业需要用心打造。

## 给一带一路的20个建议

■ 本报记者 张凡 实习记者 张彩凤

5月12日上午，美国方面宣布将派代表出席一带一路国际合作高峰论坛，这无疑是一带一路的又一重大突破。一带一路倡议旨在提供一个共商共建、共赢共享的新型全球化的有效推进方案，得到了联合国的大力支持。倡议自2013年提出以来，已经有100多个国家和国际组织表示支持，中国同40多个国家和国际组织签署了合作协议。而一带一路高峰论坛为一带一路提供一个和平的、包容的国际经济合作平台，支持国家层面的政策沟通、软硬机制的建设，促进沿线参与各国与亚投行的、世界银行等多边银行之间的开发融资合作。

5月10日，中国与全球化智库发布了报告《一带一路国际共赢方案及其实现路径》。报告中指出，一带一路倡议会成为新型全球化的有效解决方案。现在全球化受阻，逆全球化也在发生，一带一路面临不光有机遇，还会有挑战。因此提出了深入推进一带一路国际合作共赢的二十条路径建议：

NO.1 应该建立一个一带一路国际联盟，像马歇尔计划成立OECD(经济合作发展组织)一样。比如多个国家、国际机构签署一带一路联盟宣言或机制。

NO.2 一带一路国际制度是个大的挑战，怎么样加强共同治理、政治互信、文化交流，一带一路是不是可以考虑建立一个一带一路国际委员会，建立一带一路全球治理、区域治理的新秩序。

NO.3 中国应该建立一个一带一路常设机构。这个常设机构应该不仅在北京，在伦敦也应该有，巴黎也应该有，美国也应该有。我们应该把一带一路变成国际工作。

NO.4 以后的一带一路峰会应该在各个国家轮流举办。

NO.5 建议在联合国里也成立一个一带一路的机构，比如设立一带一路工作委员会，同时我们还要加强和联合国其他组织合作，把一带一路变成联合国2030可持续发展目标的一部分。

NO.6 加强与世界银行、国际货币基金组织、亚投行、非洲开发银行、欧洲复兴开发银行、WTO、国际劳工组织、国际移民组织的合作。

NO.7 要突出强调，一带一路不是中国和65个沿线国家

的事儿，是全世界都可以参与的事儿。

NO.8 建立和重点国家在一带一路层面的合作。

NO.9 现在有海上丝绸之路、陆上丝绸之路，为什么不可以有空中丝绸之路？可以把星空联盟、星际联盟全部整合起来，再打造一个空中丝绸之路。

NO.10 一带一路成败的关键在于全球企业的参与，因此我们要建立一带一路国际企业合作机制。我们一定要把世界500强的跨国公司吸引到一带一路建设中来。比如G20有个B20，亚太经合组织有个亚太工商会，我们一带一路峰会未来是不是可以设个世界500强或全球企业参与一带一路的峰会？

NO.11 多打造一些一带一路示范区和示范工程。

NO.12 推动一带一路绿色发展。因为一带一路是个更高层次的发展，我们要可持续，肯定要推动能够低碳、环保、绿色，推动可持续发展。

NO.13 要充分发挥华人华侨在一带一路国际合作共赢中的作用。

NO.14 建议让旅游成为一带一路国际合作共赢的先导或先行。

NO.15 加强一带一路留学交流与教育合作，包括在当地办学。

NO.16 大力发展一带一路沿线跨境电商。怎么样让中国的电商为一带一路国家带来动力，这些都是中国比较容易做而且比较有经验的。

NO.17 打造国际资金池，一带一路光靠亚投行不够，丝路基金也不够，必须动用国际资金和资本。

NO.18 加强一带一路法治保障，推动建立统一的争议解决机制。

NO.19 发挥专业人士作用，世界上有律师、会计师、审计师、金融师、工程师、测量师等等，国际专业机构在一带一路上有非常丰富的资源，也有非常多的专业人士，怎么把这些人调动起来为一带一路服务也很重要，让这些机构也兴奋起来，让他们参与进来。

NO.20 一带一路不光是政府的事儿，也不完全是企业的事儿，还要充分发挥智库、NGO和其他社会力量的积极作用。

## 引领新型全球化 对世界经济贡献倍增

■ 本报记者 刘国民 实习记者 杨翔宇

据统计，传统意义的全球化以减让关税、打通世界市场为主要目的，对世界经济增长的贡献一般在5%左右，而开放、包容、共享的环境下，一带一路这样的新全球化，会使全球经济增长10%到15%，增长率翻倍。5月7日下午，在中国人民大学重阳金融研究院举办的一带一路国际合作高峰论坛预热系列讲座上，前外交部副部长、中国人民大学重阳金融研究院高级研究员何亚非如是总结一带一路倡议对全球经济的贡献。

何亚非认为目前全球化不是在倒退，而是进入了一个新的时代，这个新时期的特征一定是更加开放、更加包容、更多的共享。习近平主席曾指出，一个国家强盛才能充满信心开放，而开放促进一个国家强盛。一带一路倡议本身就表明中国将坚定不移地走和平发展的道路，坚定不移地继续对外开放，而且是全面开放，向发达国家和发展中国家同时开放。因为改革开放初期我们需要资金，需要技术，主要向发达国家开放，现在是全面开放。要构建全球化新时代中国全面开放的新格局。

开放、包容、共享的全球化，它既是一带一路建设希望带来的一个结果，也是一带一路建设所必须依靠的国际环境，两者相辅相成。一带一路的开放和包容性，我们还可以从亚欧海洋、大陆两条道路的贯通看出。一带一路把欧亚大陆两条大道打通，最后把亚洲和欧洲、海洋和陆地通过经济走廊都贯通。

因为种种原因，国际上出现了逆全球化、反全球化、民粹主义的趋势，而且还在改变一些国家的政治生态。针对目前全球化中存在的负面因素，何亚非认为可以通过一带一路化解。一带一路倡议就是想通过新的国际合作模式来推动全球化，化解负面因素，调整方向，更好地应对这种挑战。

何亚非说，一带一路倡议实际上讲的是中国发展了，我们希望以中国自身的发展带动我们合作伙伴特别是广大发展中国家一起发展。北京大学经济学院国际经济与贸易系主任王跃生也曾在文章中写道，主要发达国家日益空心化和非制造业化的结构，已经无法承担对最不发达国家的制造业投资和产业转移功能，他们所主张的严苛的贸易与投资规则也远远超出了发展中国家的现实条件。而中国等新兴制造业大国，恰恰具有这方面的能力和需要，与广大发展中国家具有天然的正互补性与合作基础。这和何亚非对一带一路的观点形成了呼应。



5月10日，中外记者在新疆软件园采访。该软件园是当地政府围绕丝绸之路经济带核心区五大中心建设，着力打造的软件与信息产业的集聚、创业、创新的高新技术产业园区。当日，来自中国、土耳其、卡塔尔、哈萨克斯坦、德国等23国在内的近50位记者来到新疆，开展走进丝绸之路经济带核心区主题采访活动。

中新社记者 富田 摄

## 用差异化战略开拓文化产业蓝海

■ 上海国际问题研究院地区合作室主任 祝鸣

中国国家主席习近平曾就一带一路的建设提出，国之交在于民相亲，要搞好政策沟通、道路联通、贸易畅通、货币流通，必须得到各国人民的支持，必须加强人民的友好往来，增进相互了解和传统友谊，为开展区域合作奠定坚实的民意基础和社会基础。目前，一带一路建设率先取得成果的地方，都是民心相通基础好、政治互信水平高的地区，这也表明，虽然看不见摸不着，但民心相通是一带一路建设不可或缺的部分。

要想进一步促进中国与一带一路沿线国家的民心相通，除了发挥好政府和社会的作用之外，中国

企业尤其是文化企业的作用也不可忽视。因为包括孔子学院、文化演出等形式的人文交流所影响的人群以千、万计，而一个成熟的文化产业系统所影响的受众群体规模则可达百万甚至千万级别。美国落户上海的迪士尼乐园的客流量马上要突破1000万人次就是个很好的例子。

此外，文化产品的输出往往可以发挥巨大的辐射效应，即先抓人心，再卖产品。好莱坞电影号称在世界任何一个角落卖出一只美国电影片，就能同时卖出一美元的制造业产品。爱看电影的影迷都知道，好莱坞电影中看到一景一幕几乎都可作商品广告，引人入胜的电影产品则

往往能在潜移默化中让观众接受其中的商品，如007扮演者带的手表、变形金刚的原型汽车。

党的十八大以来，我国文化产业始终保持两位数增速。据国家统计局的统计数据，2016年，全国文化及相关产业增加值从2012年的18071亿元增加到30254亿元，首次突破3万亿元。同年，全国文化产品出口786.6亿美元，文化体育和娱乐业对外直接投资39.2亿美元，较2012年增长18.6倍。更有部分实力强大的中国企业已经在一带一路沿线国家开办主题公园等。

但是，中国企业同一带一路沿线国家的文化合作还是存在着一些可改进之处。首先就是目前中国企业还是以卖影视产品的版权为主，而缺乏更高层次的资本合作、产业链的融合，从而使得双方的文化

产业合作没有形成机制化、系统化的渠道。中国虽然还不是具有世界影响的文化大国，但是相对于一带一路沿线国家而言在文化产业的资金、技术、营销等方面还是有着相对明显的优势，而这些优势目前还没有得到很好的发挥。

其次，绝大部分中国企业还没有采取差异化战略。一带一路沿线国家有60多个，中国企业既没有能力也没有必要在每个国家都投棋布子，而是要采取重点投入、集中突

破的办法。例如，在阿拉伯国家电影产业中，埃及电影产业占到将近四分之一的份额，被誉为阿拉伯的好莱坞。中国企业如要打开有几亿人口的阿拉伯国家电影市场，不妨采取和埃及同行合作的方式，那样成本和风险就会小很多。

短板既是不足，更可以成为下一步发力的起点。中国同一带一路沿线国家在文化产业领域合作潜力巨大、前景广阔，只要中国文化企业深耕这一地区的文化市场，必将实现经济效益和社会效益的双丰收，并且也将借助文化合作成为沟通中国和一带一路沿线国家人民的心灵之桥。

## 王文：西行归来再看一带一路

■ 本报记者 孙允广 实习记者 耿园

自一带一路倡议提出以来，中国人民大学重阳金融研究院执行院长王文先后调研了近50个国家、国内上百个县市，积累了大量一带一路推进情况的一手材料。对一带一路建设也有了更现实的理解。

在一带一路建设的过过程中，有一种说法叫政府搭台，企业先行。在引导企业走出去的过程中，王文指出了中国政府行业管理部门的三大优势。首先，政府行业管理部门很好地运用了国家信用，国家开发银行已成为全球最大的开发性金融机构。其次，在运用国家力量，协调和保护中国国民安全方面，中国政府尽了最大的努力。再次，行业管理部门聚合了一

批精英，推动一带一路建设更快前进。

但同时，王文也指出，中国的政府部门还需要从底层设计上加快改革，政企分离，特别是释放大企业作为市场主体的活力。另外，行业监管部门也应该与企业加强沟通和人员交流，使政府部门更好地了解市场前沿现状，设身处地地理解企业的处境。我们的千人计划也应该覆盖一带一路沿线国家的人才，利用优惠政策把人才吸引回来，解决人才短缺的问题。王文说。

在王文看来，在一带一路建设过程中，最大的问题与风险均来自于知识储备的不足与实践经验的缺乏。一方面，目前有些国家对一

带一路的期待过高，存在奢求之心。利益是相互的，中国不是来撒钱的。王文说，一带一路不仅仅是我们提供公共产品，或者我们引导全球治理的线性故事，而是非常复杂的、中国拥抱世界、世界拥抱中国的第二轮开放进程。王文也督促学者实地考察，通过实际案例梳理一带一路建设背后的复杂性，让世界各国加深对一带一路倡议的理解。

另一方面，中国的学者在谈论企业参与一带一路建设的过程中，时常会提到其中蕴含的各种风险。所有的风险都是因为陌生，因为无知。只要你不了解它，就不是风险。王文认为，走在一带一路建

设一线的企业家都知道在投资过程中会存在法律风险、政治风险等，但他们在实践中都能够运用自己的智慧很好地避免和化解。从商业的角度来看，风险跟利润是成正比的。学界应该鼓励更多的企业家投资，鼓励中国国民关注一带一路。就算要谈风险，也应该由真正的企业家来说。

有一句话大家都听过：我们过去三四十年，走完了西方国家三四百年现代化的道路。在物质层面，某些城市的确走完了。但在文化和思想层面，我们还落后得很远。王文在讲座中说道。而一带一路建设也推动了中国文化软实力的崛起。

因为一带一路倡议的提出，中国变成了知识输出国。外国人不了解一带一路，不知道丝绸之路是怎么来的，我们要给他们讲。王文说，一带一路造就了一个全球的思想市场，而思想市场推动了中国的崛起。只有中国的思想和知识崛起了，中华民族的复兴之路才算迈过了很大的门槛。

一带一路建设不是一年、两年，甚至不是十年、二十年的过程，而是一代、两代，甚至更多代的过程。因此，现在我们对一带一路的思考需要更有建设性、厚重性、长期性，更要能经得起历史考验，这样才能使一带一路走得更快、走得更稳、走得更远。王文总结说。