

美中两国委员会

通过新一代人、平台和项目建立美中互信

介绍：

美中两国间的互动和相互依赖的日益增强，但却有调查显示，两国人民对彼此国家的好感和信任反而日益减退。

信任，在促进美中两国间合作和避免冲突方面至关重要。此份报告旨在探究美中如何建立互信，尤其通过加强相互沟通，增强决策者在致力于建立具有建设性和广泛基础的双边关系过程中所具备的灵活性和自信心。报告提出了通过拓宽社会参与，减少相互间不信任的建议。通过改变解决困难问题和应对事件的整体环境，我们可以提高领导者合作解决问题的能力，转而增进互信。

改善美中关系不仅仅对两国至关重要，对于其它国家同样意义重大。右图所示，不管是经济产能（占世界总量的34%），国防开支（48%），还是导致气候变化的二氧化碳排放量（44%），两国都对世界产生了巨大的影响。

两国均认识到这一点，认可美中关系的重要性，并且普遍肯定增进两国关系的必要性。两国均面临来自安全、经济和环境方面的巨大挑战。这包括减少核武器扩散威胁，加强太平洋区域安全，缩小贫富差距，提高产能的同时减少导致气候变化的污染，供养老龄化人口，增进国际间合作，从而共同解决全球关切问题。

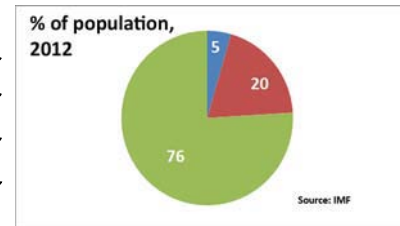
迎接这些挑战为美中两国间的合作提供了诸多机会，而有效解决一些问题也同样需要合作。在共同的需求和愿望将两国联合在一起的同时，不同的利益和价值也在两国间制造距离。有美国人担心中国崛起必然会以美国的利益为代价，而有些中国人则认为美国在竭力遏制中国的崛起。随着双方的经济关系相互交织，发生在贸易、投资和知识产权保护方面的争端向更加激烈和多层面的方向发展。通常涉及第三方的安全问题，以及如今涵盖在内的网络安全，已经日显突出和紧迫。气候变化的规模也在与日俱增。

美中之间缺乏信任阻碍了诸多问题的进展。其中有些不信任源自我们不同的历史、政治制度和文化规范；有些归因于缺乏透明度和足够的交流互通；有些来自于国内那些认定美中合作不可能实现和不受欢迎的势力；有些则形成于未能成功达成协议或协议未得以充分

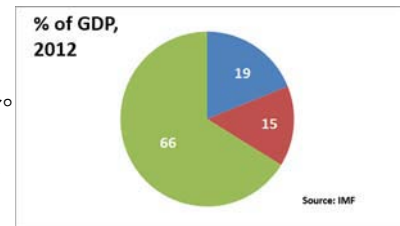
美国和中国在全球的地位



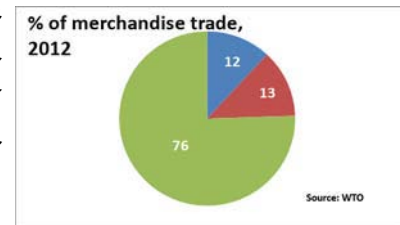
美国（蓝） 中国（红） 其他（绿）



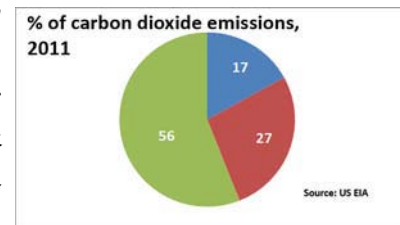
2012年人口比例



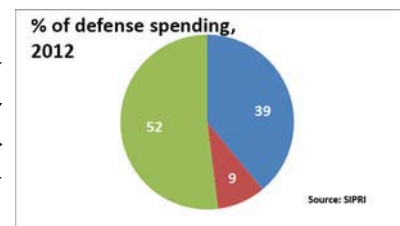
2012年GDP比例



2012年贸易额比例



2011年二氧化碳排放量比例



2012年国防开支比例

来源：国际货币基金组织、世界贸易组织、美国能源情报署、斯德哥尔摩国际和平研究机构。

执行所遗留的问题。

同时，美中间广泛而日益增多的交流正在以各种形式存在着。每天人们都在跨越国界和文化的界限去解决大量涉及从食品安全、城市规划、太空医学甚至到公海海盗等方面共存的问题。两国政府、公共机构和民众的当务之急，是扩大这些交流的的有效性，从中汲取经验教训，从而启动和改进涉及广泛有争议议题的相互交流。通过以上努力并投入更多的精力，美中之间能够建立起更加牢固的信任基础。当然这不会轻易快速的实现，信任必须受到经常性的滋养，才会持久存在。增进互信会使得两国民众具备更加充分的协作以及更加有效地管理我们的差异的能力。

鉴于此，本报告不对美中关系中存在的诸多难题提供详细和全面的解决方案，而是通过明确为在中长期内增进互信而采取的具体行动，从而改变探讨这些难题的环境。本报告主要围绕以下两个主题进行阐述：

1. 我们应该动员更大范围的机构和个体参与美中两国间交流，包括参与针对关键问题实施的项目。
2. 我们应该采用新的技术和平台来促进交流，尤其是青年人间的交流。

我们关注如何利用新一代并调动新一代决策者的参与性，帮助其加深对中美间存在的问题和利益的了解，以及增强其对更好地管理两国间复杂关系的必然性的认识。

我们承认即使有牢固的信任基础也不能阻止分歧的出现，但是一个更加牢固的信任基础将会减少分歧对双方关系其他层面的消极影响，并且会使我们更容易地寻找到消除分歧的方法。

本报告是由南加州大学安娜堡传播与新闻学院院长 Ernest Wilson III 和北京大学国际关系学院荣休院长王缉思带头组成的两国委员会完成。委员会拥有来自两国的资深专家，他们是杰出的学者或商界人士，拥有在政治、外交、经济、贸易和传播领域丰富的经验，其中某些理事曾任政府高层决策者，大部分都曾担任过政府部门顾问，他们都对美中关系有深入的了解，并且一直致力于增进两国政府和民间联系。他们分享对两国间存在战略互疑的担忧，但同时也相信我们可以通过行动，在现在以及长期内极大地增进互信，从而最大程度地减少和控制分歧。

通过本报告，我们旨在：

1. 解释为什么建立互信对密切美中关系至关重要？
2. 明确交流是建立互信的关键。
3. 回顾和评估为促进相互理解和信任做过的努力。
4. 为现阶段应该采取的行动提供建议。

本报告内容经过委员会理事和工作人员的广泛讨论，同时也包含来自委员会组织的会议和采访中与会者分享的观点，众多顾问的名单也附在其中，感谢他们慷慨的建言，这对我们来说是无价的。当然，他们或者您不可能对报告中所有的分析和建议都完全赞同，那么我们欢迎大家的分享和探讨，并将想法通过以下网站反馈给我们：China.usc.edu/trust。

第一章 背景 —— 更加紧密，但信任减少

中美关系处于怎样的状态？我们注意到不断发展的联系，审视两国民众对彼此国家和两国关系的看法，并辨别不信任的来源及其表现形式。

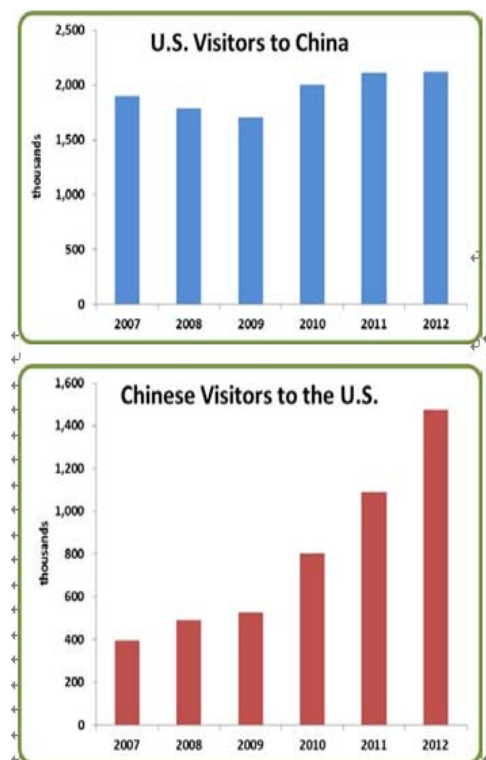
1. 互动、互依不断增强

美中伙伴关系对于两国来说既是最重要的对外关系，又或许是最大的挑战。自四十一年前恢复高层往来、三十四年前正式建交以来，两国关系经历了戏剧性的变化。最初是安全问题使得美国和中国走到一起，双方间文化和学术的交流是有限的，而且几乎没有贸易往来。然而，近二十年来我们的经济联系已变得密不可分，同时在科学、文化等多方面的交流也在广泛进行着。我们会看到各个级别的政府官员互访，以及两国人民之间长期和短期的频繁交流。

经济和学术领域的合作尤为突出。

(上图：赴中国美国游客；下图：赴美国中国游客)

(单位：千人)



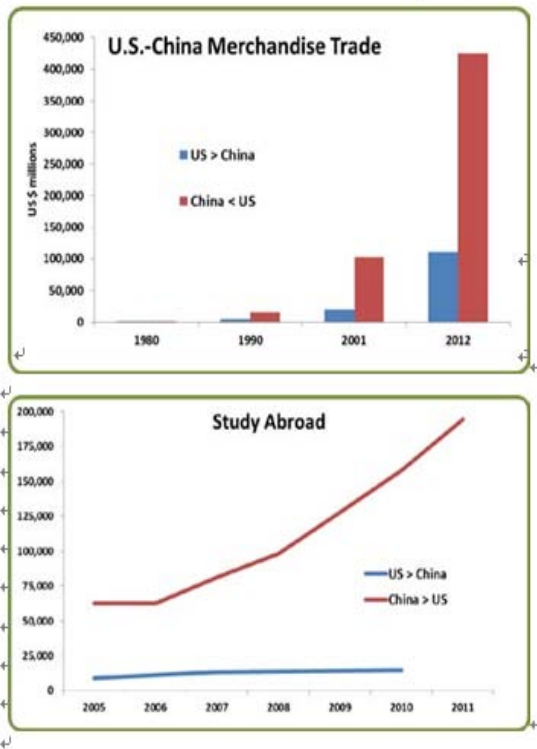
越来越多的学生和学者到对方国家学习、工作，并与当地人保持紧密的沟通；企业家成功地在两国间建立了贸易往来；除此之外，来自中国的投资者正在积极向美国寻找投资机会，就如同他们的美国同业者长久以来在中国的投资。

美国和中国的经济产量加起来占世界总产量的1/3，贸易额占世界贸易总额的1/4。作为世界上两个最大的经济体，美国和中国在维护全球经济的健康与稳定方面却没有起到与之相匹配的影响和作用。虽然从广义上来说，两国领导人已经就如何应对2008年爆发的全球经济危机达成协议，但涉及到结构问题和具体政策，则仍然存在大量不同意见，双方在世界贸易组织、20国集团多边谈判，双边战略与经济对话等组织和机制中仍存在分歧。

来源：中国国家旅游局、美国旅游产业办公室

两国民众到对方国家旅游、工作和学习的人数逐年增长，平均每天就有大约6,000美国人抵达中国，同时有大约4,000中国人抵达美国。收入的增加和放宽的美国签证政策极大的促进了中国旅游业的发展。就在2006年，每天去往美国的中国人还不到1,000人。

上图：美中贸易额： 美国向中国出口额（蓝）
 中国向美国出口额（红） 单位：百万美元
 下图：留学生人数： 美国留学生赴中国（蓝）
 中国留学生赴美国（红）



两国间的商务来往有效促进了两国在 2012 年超过 5 千亿美元的贸易额。自从 2001 年中国加入世界贸易组织后,其向美国的出口增长了 4 倍,而较不为人知的是,同时期美国向中国的出口则增长了 5 倍。

大大小小的公司参与到这种贸易关系中,并且雇佣了数以百万计的员工。此外,美国企业在中国投资了 510 亿美元,以赢得中国消费者。数以万计的美国人在中国居住和工作,已经成为仅次于韩国人的第二大外国人群。同时,越来越多的中国企业正在努力发展在美国的投资,2012 年对美投资额达到近 70 亿美元。如今中国在美国房地产和商业投资还相对较少,,但中国多年来都是购买美国政府债券最多的国家,拥有 1.2 万亿美元国债。

自 2005 年起,中国已成为在美学习外国留学生的最大来源国,现如今美国拥有超过

240,000 中国留学生。相较而言,美国学生却不那么热衷赴中国学习。由于极少数美国人选择出国读书,而在这极少数中又只有一小部分选择去中国,2010 年只有 5% 的美国留学生去往中国,中国在最受美国留学生欢迎目的地排名中位列第五。然而,奥巴马政府推出的“十万留学生”计划将会大幅度增加在华美国留学生人数。民间资助和政府奖学金也会对此起到积极的推动作用。

两国的民间交往日益频繁。民意测验显示,频繁的接触会产生彼此间更深入的理解和认识。增进民间交流应该成为两国政府和致力于促进两国互信和紧密关系的机构应该关注的重点。

2. 是否存在不信任? 公众对美中关系的看法调查。

美国和中国以及其他国家均承认美中关系的重要地位。参与调查的大多数都用重要、普遍积极来形容美中关系,多数人对双方关系得以进一步增进寄予希望。同时,也有不少决策者和普通民众,对与对方国家的长期意图表示出了不信任。

以下三项调查项目:“皮尤全文全球态度调查计划 (Pew Global Attitudes Project)”,“BBC 国际台国家评价调查” (BBC World Service Country Rating poll), 以及“百人会美中公众看法和舆论调查” (Committee of 100’s US-China Public Perceptions and Opinion Survey) 为评估两国间的不信任是否存在,和是否会进一步恶化提供了有益的支持。另外,我们还利用了芝加哥全球事务委员会、美国德国马歇尔基金会以及盖洛普调查机构的调查结果来阐述

美国对中国的态度。

皮尤研究中心利用超过 10 年的时间在很多国家进行了调查，反映出了观点的纵向变化。BBC 调查从 2005 年开始在二十几个国家里对国家影响力看法进行了调查。百人会分别于 2007 年和 2012 年在美国和中国关于两国间关系进行了调查。

其中，百人会和最近的皮尤调查在提问时直接提到中美互信，而其他调查则帮助我们了解民众对两国关系的看法是如何变化的。首先，大量的关于好感程度的调查为我们提供了公众对于中美关系的普遍看法。其次，其他数据强调了公众觉察到的冲突，以及显示了公共在多大程度上感受到对方国家带来的威胁。再次，人们如何评价当今中美关系的本质，以及两国的相对国际影响力的改变如何加深我们对于展望未来影响当今观念的理解。

为了更好地把握中美关系当中互信的程度，有三个关键问题需要我们去思考：两国间是否存在互疑？互疑的程度有多深？为什么这个问题很重要？

互疑是否存在？

调查显示，公众对彼此国家的看法最多是不冷不热的，而且在过去的三年里有逐渐消极的趋势。2013 年春季，超过一半的参与调查者表示他们非常或者有点不喜欢中国，比 2011 年持消极看法的比例增长了 16%，同时，略大多数中国人对美国的看法消极，比 2011 年增长了 7%。

在过去几年里，BBC 调查美国民众对中国的看法比皮尤的调查结果更加消极。2013 年春，BBC 调查结果显示，67% 的美国受访者不喜欢中国，同时 57% 的中国受访者不喜欢美国，而其中大部分人认为“对方国家对世界的影响主要是消极的”，包括三分之二的中国受访者这样认为，较 2011 年有了大幅度的增加。同时，认为对方国家为世界带来积极影响的受访者占了不到四分之一，较 2009-2011 年有大幅下降。

上图：对对方国家非常或比较不喜欢

中国对美国（红）

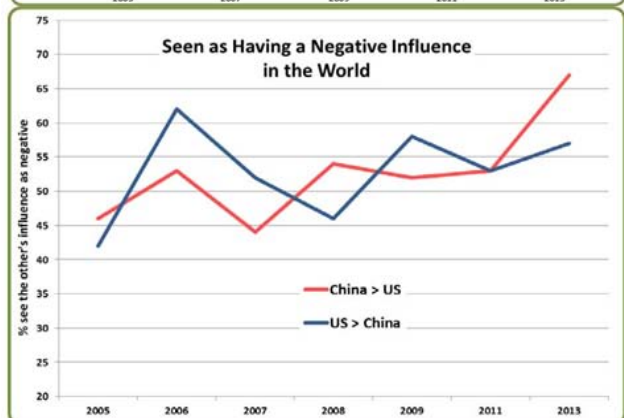
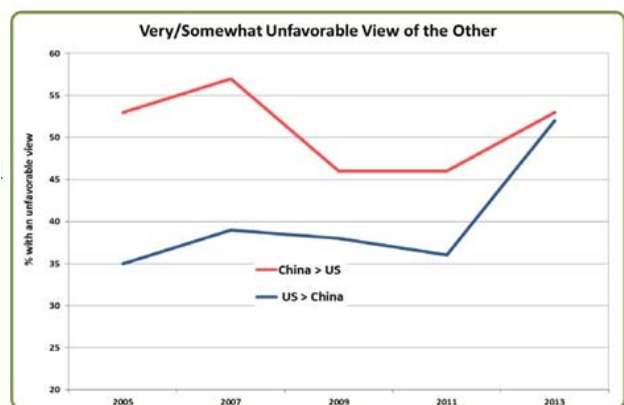
美国对中国（蓝）

下图：认为对方国家对世界影响消极

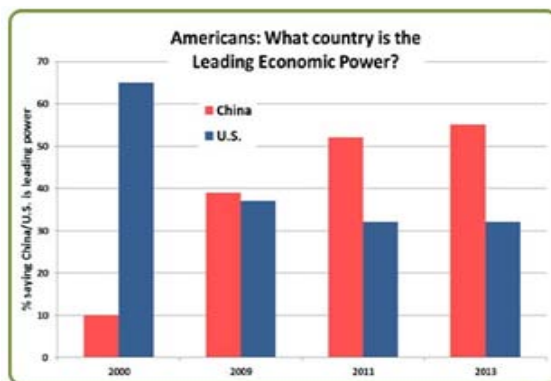
中国对美国（红）

美国对中国（蓝）

据 BBC 和皮尤的调查，两国民众对彼此国家的态度比起其他国家的受访者来说要消极的多。例如，2013 年 BBC 调查发现 45% 的受访者（不包括美国人）对美国的影响持积极看法，42% 的受访者（不包括中国人）认为中国为世界带来积极的影响。从皮尤的 2013 年调查来看，来自 38 个国家的受访者中有 63% 喜欢美国，50% 喜欢中国。



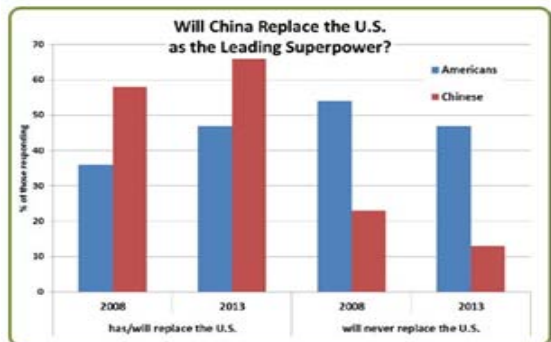
不过，对彼此的看法消极并不代表视对方不友善。盖洛普 2003 年调查显示大多数美国民众视中国为友善国家，就在 2013 年 7 月奥巴马和习近平在加利福尼亚进行会面前不久，55% 的受访者认为中国是友善的，只有 14% 的人视中国为敌人。而环球时报在会见之后进行的调查显示来自 7 个城市的 53% 的中国受访者视美国为伙伴或者至少是友善的。两国以及其他的国家都承认中国日益增长的国际影响力。盖洛普 2008 年调查显示多数美国人认为中国是一个在全球处于领先地位的经济大国。而到 2011 年多数变成了大多数。直到 2013 年 53% 的美国人承认中国的领先地位。皮尤调查发现，越来越多的美国人认为中国将要或者已经取代了美国成为领先的超级大国，2008-2009 年只有约三分之一的人这样认为，而到 2013 年春 47% 的美国人认为中国正在或将要成为领先大国，同样比例的美国人认为中国永远不可能取代美国的地位。而 2009 年三分之二的中国人认为中国已经或将要取代美国，只有少数 13% 的中国对此持怀疑态度。



左图：美国人认为谁是主导世界的经济大国

中国（红）

美国（蓝）



左图：中国会代替美国成为世界领先超级大国吗？

美国人的答案（蓝）

中国人的答案（红）

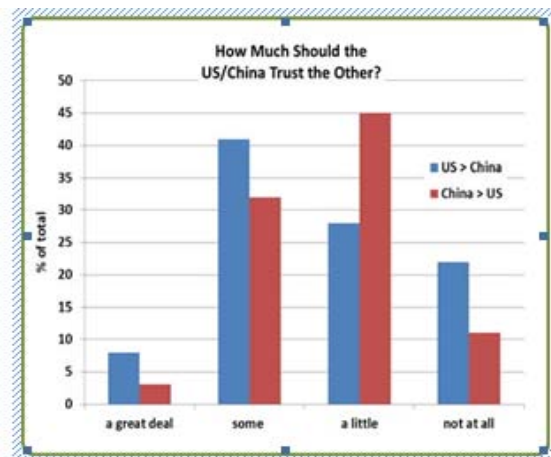
认为中国会替代美国（1.2）

认为中国不会替代美国（3.4）

下图：两国应该存在多大程度的互信？

美国人认为（蓝） 中国人认为（红）（1. 非常 2. 有些 3. 一点 4. 完全不）

来源：盖洛普组织、皮尤研究中心



皮尤 2013 年调查显示，几乎一半的中国受访者认为美国充分地或者一定程度地考虑到中国的利益，同时，不到四分之一的中国人赞同奥巴马的对外政策，这比 2009 年他刚上任时下降了 34%，而只有 19% 的人认为奥巴马的连任对于他们对美国的看法有积极的影响。56% 的中国人认为中国没有得到它应得到的来自全世界的尊重。同时，大多数美国人并不认为中国在制定对外政策时给予美国利益足够的考虑。

尽管双方的互联性日益加强，但在两国公众和决策者当中仍然存在着严重的相互不信任。百人会 2012 年的调查显示，56%的中国人和 50%的美国人认为两国彼此间只存在很少的信任或者根本不存在，不信任是在两国人民中存在的常态。大多数美国人认为缺少信任是个严重的问题。盖洛普调查显示 3/4 的受访者认为缺乏信任成为进一步增进双边关系的最大障碍。而皮尤在 2012 年的调查中，只有 1/4 (26%) 的美国受访者认为美国应该完全地或者相当多程度地信任中国，其中较大比例 (26-34%) 的退伍军人、学者、商人和政府专家和记者表示美国应该信任中国。

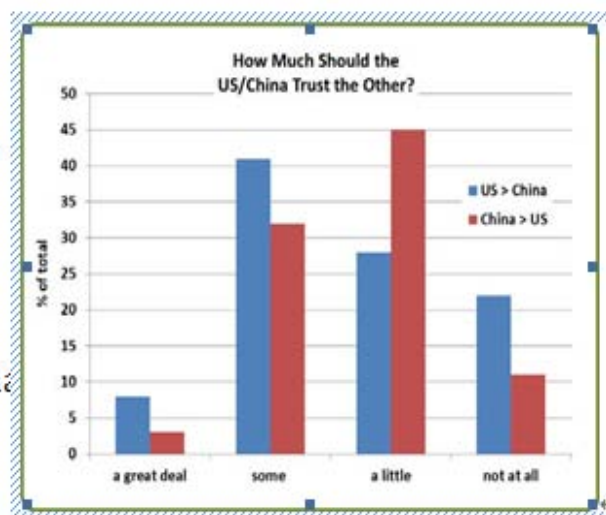
互疑的严重程度。

右图：两国应该存在多大程度的互信？

美国人认为 (蓝) 中国人认为 (红)

(1. 非常 2. 有些 3. 一点 4. 完全不)

来源：百人委员会



美国人普遍认为和中国建立紧密联系是件好事，但同时对中国在国际上日益增长的影响力表示担忧。近期皮尤调查发现大部分美国人(2012年52%)将正在崛起的中国视为一大威胁。尽管只有 1/4 的受访者提到这一点，但中国已经排在伊朗和朝鲜之前成为美国最大的威胁。

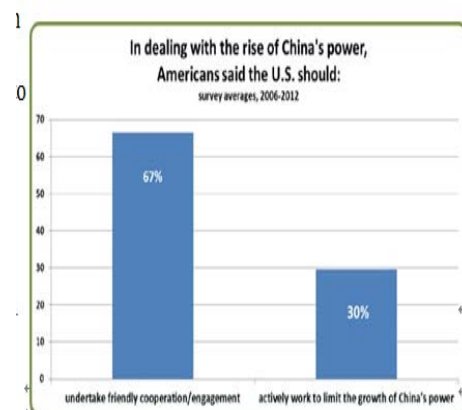
百人会的调查显示，更大比例的美国人 (67%) 认为中国日益增强的军事力量对美国造成严重的或潜在的威胁，(尽管这一比例比 2007 年 75%下降了一些)。2007 至 2012 年期间，接受德国马歇尔基金会调查的美国人里有大概一半表示，中国对于美国来说代表一种军事威胁。2011-2012 年，59-63%的美国人认为中国带来了经济威胁。不足 1/3 的人认为中国的经济崛起为美国带了经济机遇。而在近期美国大选期间，有些政客就试图利用民众对中国崛起所感到的明显不安。

右图：在应对中国崛起方面，美国人认为美国应该：

2006 年-2012 年调查

1. 友好合作 2. 竭力遏制

来源：芝加哥全球事务委员会



同时芝加哥委员会的调查显示，在 2006-2012 年期间，64-69%的美国人认为美国应同中国保持友好关系，并且深化合作。只有 28-33%的受访者主张限制中国的发展。根据百人会的调查，认为美国接受中国崛起并期待双边合作的美国人从 2007 年的 64% 增长到 2012 年的 72%。

尽管如此，不少中国领导人和学者表示担心美国会像之前的大国一样竭力维护自己的统治地位。为了避免历史上既有大国和新型大国之间发生战争的趋势，中国领导人提出建立“新型大国关系”。奥巴马政府推出“重返亚洲”战略，目的是促进地区稳定和发展，但中国领导人和公众却认为美国此举意在遏制中国。百人会 2012 年的调查中 52% 的中国人认为美国正在努力防止中国成为超级大国，而在 2007 年只有 32% 的中国人这样认为。

百人会的调查在 2012 年的调查中问道哪些问题最有可能造成美中间的矛盾，美国受访者认为是贸易 (36%)，人权 (28%)，工业间谍和网络安全 (28%)。中国的受访者则认为台湾问题 (49%)、地区安全 (33%)、人权 (21%) 最容易成为爆发点。这与 2007 年时的调查结果类似，不过认为地区安全会成为隐患的中国人从 17% 翻了一倍。

值得注意的是，以上结果只是出自针对政策和威胁的调查，而并不能作为两国民众最为关注的焦点。百人会调查曾经做过一项调查：提到中国让你最先想到什么？1/4 的美国人提到中国的文化、历史、食物或者长城；15% 的人提到辽阔的国土面积或者庞大的人口数量；13% 的人提到便宜的商品、中国对美国大量的出口，或者沃尔玛。而一提到美国，31% 中国人表示不确定，11% 提到战争或者军队，10% 提到 911 恐怖袭击或者反恐。

美国和中国民众最关心的问题是什么？百人会在 2012 年的调查给出了以下结果：

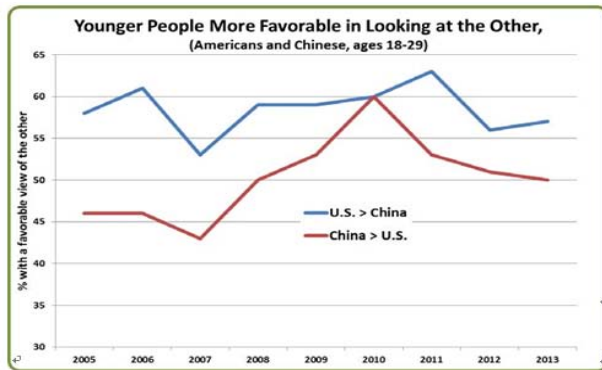
美国：就业和经济 (71%)、政治/政府/精选筹款改革 (30%)、政府预算/支出/赤字 (25%)
中国：腐败 (43%)、就业和经济 (28%)、收入平等 (28%)

同一年度尤的两次调查进一步验证了以上结果。但略有不同的是，7/10 的美国受访者将恐怖主义排在首位，经济和就业紧随其后。而中国民众最关心的第三个问题则是食品安全 (41% 受访者提到这是个很严重的问题)。人与人之间的信任以及民众对政治人物的信任在两国社会内都成为突显的问题，而以上调查让我们特别注意对官员腐败的疑虑和对掺假食品的担心在中国尤为严重。

尽管民众都关注国际事务和中美关系，但是大多数人不是把对方看成绝对的伙伴或者敌人。越来越多的民众将对方国家看作是会造成潜在威胁的竞争者。这往往为那些企图利用对方国家的不安情绪来实现国内政治目的的人提供了机会，但却给有效解决棘手的双边或多边问题制造了强大的障碍。

希望的信号是否存在？

种种调查显示了最有希望的信号，那就是大多数民众期待更加紧密的两国关系。除此之外，调查结果还显示两国的年轻人对彼此国家抱有显著的和一贯的正面看法，这令我们大受鼓舞。2011 年，德国马歇尔基金会调查发现有 59% 的 18-24 岁的美国民众表示喜欢中国，而在其他年龄段只有 33%-37% 的比例。2013 年春，盖洛普调查显示只有 43% 的美国人喜欢中国，年龄在 18-29 岁的受访者中 72% 的人视中国为伙伴 (20%) 或者是友善的国家 (52%)。



左图：

上：积极看待对方国家的年轻人
(18-29岁之间的美国人和中国人)

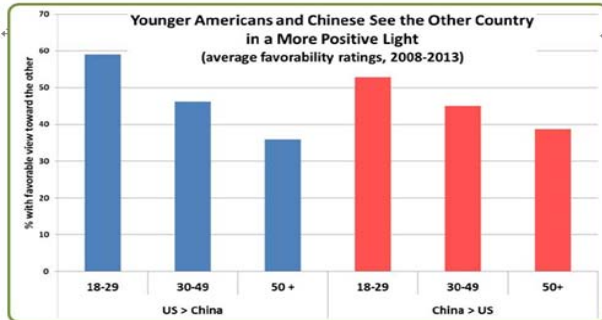
美国年轻人 (蓝)

中国年轻人 (红)

下：年轻民众更加积极地看待对方
(2008-2013年间)

美国年轻人 (蓝)

中国年轻人 (红)



以上结果和皮尤 2005-2013 年期间的调查数据一致。今年春天皮尤调查显示 57%的年龄在 18-29 岁的美国民众对中国看法积极，同样年龄段的中国民众中 50%对美国看法积极。

美国年轻人对中国的看法普遍比中国的年轻人对美国的看法更加积极。当大多数人对彼此国家缺少好感时，我们惊人的发现，50%的中国年轻人和 57%的美国年轻人却对彼此国家看法积极。

不久前，学者和记者们惊讶于中国所谓的“愤青”的增多，尤其在追踪网络评论时。但至少在过去的 9 年时间里，年轻一代的中国人对美国的好感多过老一代。

出现这种“代沟”的原因尚不明确。但很有可能归因于年轻人更加开放，对传统新闻来源的依赖性减少，与对方国家的民众以及文化产品有更多接触的机会。无论如何，他们表现出更多正面的看法，更加不容易对彼此国家产生消极态度。对于渴望增进中美间相互了解和建立互信的人们来说，年轻人应该是最有希望的目标受众。

影响：

以上调查告诉我们，中美关系中确实存在互疑，而且互疑在不断增长，但年轻一代却有悖于这种趋势。互疑成为解决两国问题和增进两国关系的一大障碍。通过利用新的交流平台建立起来的项目关注年轻一代，将极其有望实现长期地增进互信。我们的建议也将关注于此。

3. 互疑带来的挑战

双边关系中存在的战略互信和共同关注的国际问题，说明双方认识到共同利益远远多于分歧。每一方都希望对方理解他们的核心关切，尽管对方可能不接受他们的看法。战略互信并不意味着不存在利益或者价值方面的冲突。但只要战略互信存在，双方就可以努力将分歧对整体关系造成的影响降到最小。一个最近的案例就发生在 2012 年战略和经济对话进行之前，而此事件并没有成为发展中美总体关系的阻碍，那就是陈光诚向美国驻华使馆寻求避难。为了消除分歧和坚强双边关系，北京批准陈光诚前往美国留学。

总的来说，中美之间确实存在互疑，以至于双方对分歧的关注多过对共同利益的关注。双

方并没有为诸多各式各样富有成效的合作感到高兴，反而过于关注未能实现的合作或者未能履行的承诺。

委员会联席主席王缉思和布鲁金斯研究所李侃如研究员 (Kenneth Lieberthal) 共同分析了美中战略互疑的主要原因，内容如下：

1) 国际体系的结构改变：对中美相对权力变化的认知

中国经济显著增长，尤其自加入世界贸易组织以来，中国和美国国内生产总值 (GDP) 的差距急剧缩小。中国已经建立起令人印象深刻的交通运输网以及随处可见的令人吃惊的摩天大楼，主办大型活动，大量增加军事和国内安全开支，并且成为美国国债的最大持有者。中国放缓经济增长的速度，政府承诺调整经济结构，以使未来的经济增长要以国内消费需求为驱动，减少对建立在宽松信贷基础上的出口和投资的依赖。尽管如此，大多数人还是预料中国的经济会超过美国。但是如果以人均计算，中国经济就要比美国略逊一筹。中国军费每年两位数的增幅促进了海军和空军备受瞩目的发展，但仍然只相当于美国国防开支的一小部分，而且缺乏美国军力可涉及到的范围。

美中间相对的经济和军事力量的变化的确存在，但两国都有很多人夸大了变化的范围和速度。这种变化和看法坚定了某些美国人与中国“划清界限”的态度，并且为中国国内那些“维护自己利益”的人壮胆。经济方面，双方都有对不平等的投资或市场准入限制的指控；安全方面，美国坚持不在东海和南中国海地区的领土争端采取立场，但反对改变现状的单边行动。有中国人指责美国，如果没有美国的支持，中国和某些邻国间的争端早就得以解决。另外还有一个属于经济和安全双重范畴的问题，那就是网络间谍和网络盗窃，在此问题上，双方间的指控和反指控交替进行着。两国高层领导人经常提到渴望和平和富有成果的双边交流，但其实来自两个国家的很多人对彼此的最终目的心存疑虑。

中国力图推动建立“新型大国关系”，以此来消除人们的疑虑。起初美国对于这个名词不太情愿正式接受，不确定所谓的新型大国关系除了中美间已经明确的对于持久和平的需求，以及在解决双边、地区和全球问题上的合作之外，究竟是个什么样的关系。但自奥巴马与习近平在加州的会面以来，双方开始常规性的使用这个名词。

2) 政治和价值体系的差异

中美两国间政治和价值体系的差异一直以来是造成两国间互不信任的主要缘由。从1953年的时任美国国务卿约翰·福斯特·杜勒斯 (John Foster Dulles) 开始，美国一直支持对共产党执政政府推行和平演变。毛泽东以及之后的几代中国共产党领导人都在提醒中国人民应对此保持警惕。他们认为美国人强调对人权的关注或者赞扬台湾民主，并非真的要为这些主张承担义务，其最终目的是对抗中国政府，以及长久维护美国的统治地位。他们指出美国支持欧亚国家发起的“颜色革命”，以及美国对阿拉伯之春起义的同情和支持，足以证明美国一直致力于改变自己不喜欢的国家，其中包括中国。

有来自中国的分析认为美国政策是其精心制定的战略发展进程的体现，他们对卷入这一进程的众多而又争论不休的行为者缺乏足够了解。例如，2010年谷歌宣布遭到很可能是由中国支持的网络攻击，并将停止对搜索结果的审查，许多政治机构里的人就认为是美国政府在鼓

动谷歌在中国网民中煽动反政府情绪。再例如，中国认定美国及其盟国在 2010 年推动了将诺贝尔和平奖颁给入狱的民主活动人士刘晓波，目的是给中国政府施加压力。

美国民众和国家领导人认为中国带有外交政策含义的声明、决定和行动完全是经过最高领导人审查和批准的。但王缉思在 2011 年曾表示，很遗憾的是中国从来没有公开地明确表达过外交政策大战略。中国政策缺少透明度增加了美国人对于中国针对其邻国和美国的战略意图的担心。而且，美国领导人相信民主政体本身更加稳定，更有可能找到和平解决争议的方式。有美国民众和政治人物坚持认为中国政府压制人民，不值得信赖，并且对中国领导人强调的寻求和平发展、共建和谐世界表示怀疑，他们认为中国正在不顾其邻国和美国的利益推行地区霸权。有人寄希望于新近宣布成立的国家安全委员会可以增进各部门间的协调从而使中国的意图更加清晰，尽管对它的权责还不甚明晰。

以上基本的体系差异不容易消除，是造成美中信任缺口的关键问题，

3) 真诚沟通和行动承诺的欠缺

两国之间已经建立起各层次各领域的交流，尤其是高级别的美中战略与经济对话。但有些交流只是停留在仪式层面上，双方只是重复一些既定话题，并没有更加坦白和更深层次的讨论。商人和慈善家莫里斯-格林伯格曾经说，“我参加过若干对话，每次对话的结果都一样，每一方陈述自己的问题和担忧，尽管气氛是友善的，但不幸的是，问题没有得到解决，阻碍两国关系发展的摩擦依然存在”。

格林伯格的抱怨得到了广泛的响应。不是因为会议举办的太少，不是参会者不够认真不够有影响力，也不是对话的范围不够广泛。而是很多对话太过于结构化，过于追求要取得重大的突破，但很多来之不易的协议并没有得到充分的落实。

此外，媒体从业者和分析人士针对对方国家和民众给予严厉抨击的情况并非罕见，这在一定程度上归因于开放度的增加以及对观众和读者的激烈竞争。强调“最新的威胁”和“又一个侮辱”，而不是双方间最新的和最成功的交流以及在解决共同问题方面取得的进步，将对人们思考和讨论美中关系时的氛围有着深远和负面的影响。

4) 经济和贸易摩擦的“国内政治”削弱信任基础

双方间大量的经济互补联系长时间以来成为美中关系的“压舱石”，但是，现如今渴望增加生意往来以及美中公司间的竞争加剧导致了摩擦的产生。两国国内的强大势力给领导人施加压力，甚至有些情况下动员民众来推动国家制定政策和采取行动。通常这些势力寻求为其成员享有的市场或权利进行保护，或者为他们的产品或投资开放市场，抑或将保护延伸至他们还未涉及的领域。通常这些势力会极力推动单边行动，例如要求美国政府将中国列为“货币操纵国”，以实施制裁。中国国有企业也鼓励政府限制外资企业涉足某些国内市场。同时，中国官员抱怨美国对出口和投资的控制限制了在中国公司需要的技术的进口和投资。美国官员则争辩说中国薄弱的知识产权保护政策和措施意味着创新者应得的收入被非法剥夺了。

双方都怀疑对方从国际金融体系中不当得利。中国批评美联储的量化宽松政策，美国则对中国继续自命为“发展中国家身份”而在世界贸易组织中获利表示不满。前者批评美国操纵货

币，并威胁会损害中国对美国国债的投资；后者则抱怨此种身份允许中国限制外资进入中国市场。美国被说成从美元作为储备货币的地位中压榨他国，而中国则被看做要回避作为世界第二大经济体应该承担的责任。

两国领导人都意识到双方从牢固和扩展的经济联系中获利，但同时承认两国公司相互竞争的状态，经济问题导致了政治紧张。而缺乏足够的交流以及对对方国家政治和经济体系的广泛理解也加剧了紧张局势。最近以获得经济利益为目的的网络间谍问题再次证明缺乏互信限制了两国在紧迫问题上的合作潜力。

4. 交流在建立互信中的重要作用

2010年和2012年间，德国马歇尔基金调查询问美国民众，美国和中国是否享有足够的共同价值和利益以合作解决国际问题。与对中国的日益增多的负面看法相一致，没有几个美国人认为中美间具有合作的价值观念和利益基础。尽管如此，2012年，仍然有46%的调查者认为双方存在共同的基础。芝加哥委员会的调查显示，日益增多的（40%）美国人认为美国需要和中国建立新的伙伴关系。

我们认为，缺乏足够的交流以及对于交流范围和所解决问题的认识欠缺，成为限制两国间合作潜力的关键原因。更多和更有效的交流对于构建互信无疑是至关重要的。

信任包含三个层面的内容，即：知道对方怀有良好的意图，是可以履行承诺的，行为是可以预测的。这是中美关系得以稳定发展的根本保障，因为它限制了双方有关合作风险的看法，并抑制任何一方有损害信任的行为，例如缺乏交流，怀疑对方有隐含的目的以及误解。

交流是培养中美互信的关键要素。行为者拥有的有关彼此的信息的数量和质量有助于克服其忧虑，不用担心在信任对方时犯下错误。而正是相互交流才会深化合作。交流是取得信任的核心，因为交流可以解决信任的三个层面的问题：真实的交流显示了一方良好的意图，展示了能力，使得一方可以预期另一方的行为。有效的交流增进彼此的熟悉程度，加深相互理解，反过来促进双方为进一步的共同利益采取积极的行动。

许多分析人士在看待交流在国际关系中起的作用时，聚焦在传统外交接触，主要关注政府领导人和高层代表如何进行战略对话、高层互访以及其他形式的私人交流渠道。这当然是双边关系的重要部分，但值得记住的是美国和中国的领导人均受到来自政府内部和外部的影响和约束，他们致力于影响公共态度，但也要留意来自外界的影响。因此，政府和政府、政府和公众、以及公众和公众间的交流都对减少战略互疑至关重要。

本报告中，我们审视两国政府和民众间存在的多重形式的交流：独白、对话与合作。我们建议的方案一部分可能在短期内取得成效，但大多数则需要长期的努力。我们建议利用新闻管理、战略沟通和建立关系的方式来发展有效交流的多重渠道。两国政府和民间力量已经开始了在有些方面的努力。我们提倡继续扩大和深化这些努力，提高成效，并且利用本报告提供的建议以及成功的交流经验展开新的努力。

在我们提出建议之前，让我们先来回顾在六个领域（外交、教育、文化、媒体、公司和民间）里为建立互信正在进行的交流，明确有待开发的机会，以培养双方更加深入的理解和互信。

第二章 建立互信的现状

如今，美中间通过各级别的政府活动、市场、个人或民间组织进行的交流，其总体的数量、频率和紧密程度超出了以往任何时候。这些交流增加了彼此的熟悉度、建立同理心、加强了对彼此政策和利益的理解，从而增进了两国政府和人民间的互信。

许多部长及以上级别的交流虽然重要，却存在一定程度上的仪式化，而更多有活力的交流发生在中央政府内部较低级别以及地方级别当中。另外，学术、科技、医疗和文化机构，以及商业组织和其他协会也在为解决共同的问题而进行着频繁的合作，培养更加紧密的联系和更深入的讨论。有些公司和个人为解决当地、国家甚至国际关注的问题而承担和植入创新型项目。贸易和旅游业也在为越来越多的两国民众带来直接接触的机会，同时，留学机会的拓展也使得拥有更加长久、深入和多层次的交流经验成为可能。

尽管存在不少仪式性的内容，但两国间高层政府在为解决棘手问题而进行的交流方面取得了重大的或者有时增量式的进步，尽管有时这种进步似乎只体现在纸面上。诚然，能够达成协议可以增进互信，但如果协议得不到彻底执行就会使合作受到挫败，而相互猜疑就会使其他方面的合作更加困难。两国政府都指责对方未能履行某些协议，更不必说契约精神。不管怎样，承诺维持这种双边交流（包括国防和人权方面的讨论）足以证明美中关系对于两国领导人的重要性。

成功的政府间对话对于为美中商务以及民间交流打开大门起着至关重要的作用。2007年达成的关于放开中国团体赴美国旅游的协议可以作为一个最近的成功案例。由于个人能够更容易地获得签证和续签将使得双方旅游业的进一步繁荣指日可待。

由于中国政府对外资投资的开放以及成熟的营销方式，美国品牌在中国享有很高的知名度，产自美国使得它们在中国消费者心目中享有极高的地位。不过也正是由于和美国有关，所以当中国官员企图在产品宣传或产品安全规定上做文章时，抑或民族主义者的爱国情绪被点燃时，它们就显得十分脆弱。尽管“中国制造、世界合作”的广告在美国电视上播放，但中国品牌以及中国劳动力在制造家喻户晓的品牌中起到的重要作用却没有享有相应的认可。

美国的传媒和流行文化在中国得到了很好的呈现。有关美式生活和消费的出版物受到中国民众极大的追捧；美国电影、电视节目和音乐在中国随处可见，并且十分畅销（通常以盗版的形式存在），胜过中国同类产品在美国的受欢迎程度。中国政府加大在美国推广电视广播节目的投入，与合作伙伴联合制定推广汉语和中国文化的项目。尽管媒体方面的行动还没有产生太多效果，但孔子学院以及其他语言推广项目已经有效提高了美国学校对中文的重视程度，并为宣传中国政府支持的文化产品提供了平台。但有时这些由政府主导的项目会遭到（美国）官方和大众的质疑。

和一贯正式的中央政府间交流不同，地方政府以及民间联系的形式更加多样化、不受严格结构的限制。一些最具有持久性的项目涉及面较窄，另外一些从单一项目活动的交流开始，后来却演进成由双方众多参与者主导的涉及多方面的合作。不过，有的时候，积极的活动发起者未能从其他活动上汲取成功和失败的经验，例如在组织和联络工作中忽视动员其他方面，

从而影响了建立一个可持续的交流。

接下来我们总结了在六个领域里进行的交流活动，分别是：外交、教育、文化、传媒、企业和民间。在有些领域，例如外交，政府是主角，而在其他领域，企业或个人 / 民间团体就要承担主要的作用。显然在某些领域一个国家或人民比另一个国家或人民做的更多或拥有更大的影响力。例如，中国拥有更多比例的学生学习英语，在学校学习和美国有关的课程，以及去美国留学。同时许多美国文化产品在中国随处可见，并且十分畅销（通常以盗版形式存在），这比中国同类产品在美国要受欢迎得多。每个领域里有关活动的额外细节呈现在附录中。

1. 外交

外交交流的特点是频率高、基础深厚，可在各个级别进行。包括常规的国家元首级的交流，频繁的通过工作组或者其他形式合作进行的内阁级别的交流，以及日益增多并行之有效的民间外交。但有时这些政府会议看起来最多是礼节性的，并不能真正达到建立相互理解和信任的目的，尤其是在动员民众方面。

在国家层面，两国领导人之间的交流日益频繁。美国方面同中国高层领导人的接触比任何其非同盟国或非邻国要多得多。奥巴马自 2009 年就职以来，与胡锦涛和习近平的会面达 16 次之多，其中包括 2009 年和 2011 年的国事访问，以及 2013 年 6 月举行的非正式会谈，另外还包括在多边会议期间的多次会面。当然还有诸多副总统级和部长级的互访。两国领导人之间还存在其他开放的交流渠道，例如通过电话。除了成熟的交流形式和有规律的交流频率，媒体的关注使得相互交流的影响不仅限于建立外交联系，更提高了两国合作的公共形象。然而，这种交流的形式化本质在某种程度上限制了与公众的沟通。

两国间内阁级别官员通过常规访问和不断增多的工作组进行的交流日益频繁。战略和经济对话以及现今的战略安全对话都很好地证明了两国为针对重大问题的讨论开放了交流渠道。其次，立法机构和咨议地位的领导人也扩大了参与美中交流的高层官员的人数。由于许多会见未能受到等同于部长级会面的关注度，官员们可以更加自由地互动，可以探索更大范围的话题与观点。但是在有些情况下，不同的态度和方法会导致美中关系具体问题可能被国内政治化。

最后，两国间存在良好的公共外交机构，以促进建立更紧密的双边关系。美国负责公共外交的副国务卿办公室和美国驻中国的各使领馆机构长期以来在中国推动公共外交活动。中国方面也有多个部门承担公共外交职能，给予公共外交以极大的关注和不断加大的投入，包括对外宣传办公室、国务院新闻办公室、外交部公共外交办公室。不过，中国的公共外交机构建立历史相对较短，现阶段该领域的专家们仅限于注重发展对如何与美国人接触的认识。尽管如此，中国政府在此方面的投入比美国政府要多，可能会涵盖更多的参与者，并获得更好的效果。当然，中国的公共外交不仅在国际范围内进行，也针对国内参与者，因此，许多中国的公共外交活动设立的目标人群中，中国民众和外国民众同样多。

“第二轨道”交流旨在促进两国政府间以及政府与民众间的对话，通常涉及前政府官员和非官方的政府顾问。由美中关系全国委员会（NCUSCR）和设在北京大学的中国经济研究中心（CCER）举办的经济对话就是这种第二轨道交流的成功案例。NCUSCR 和上海交通大学国际能源研究中心最近联合开展了一个在能源领域里的类似的第二轨道交流活动。安全方面，在过

去几年，华盛顿、纽约、北京和上海的智囊团和学术机构之间举办了诸多相关会议。以上活动中军队的参与程度在过去两年得到了提高，第二轨道的资金来源变得愈加有限，部分原因是许多机构由支持已有活动变得更倾向于资助新的活动。

2. 教育

两国在教育方面的国际交流有显著的提高，两国互访留学生的人数不断增多。不过，在留学生人数方面，中国显然比美国拥有更大的比例。教育交流主要是本地化的、以市场为导向的、集中在高等院校层面，但是在大学前的教育交流方面有增长的趋势。两国政府提供了大量择优性的奖学金项目来支持有限数量的有潜力的未来领袖或领域专家。随着交流的不断增多，主要的问题是如何通过塑造未来领袖、构造跨国家关系网让这些项目在长短期内产生最大的效果。

越来越多的美国人有兴趣去中国求学，这其中既包括高校教育也包括基础教育。2011年，至少有26,686名美国学生在中国学习，与之相比1999-2000年只有不足3,000人。然而，其中只有15,647人取到学分，2,184人获得学位。美国学生参加的留学项目大多是由其在大学组织，而不是通过国家联邦奖学金项目，本质上为短期留学项目，为期一个学期至一年不等，不获得学位。以往在中国求学的重点在语言学习上，但现在开始向其他领域拓展，包括实习机会等。当然，如果不能熟练的掌握中文，将会限制美国学生在中国学习的深度。

尽管近年来在中国的美国留学生人数逐年增长，但和240,000在美中国留学生比起来显得逊色很多。和美国留学生比起来，这些中国学生更倾向于获得深入的学习经验，大部分都是为了获得学位，学习的领域也十分广泛。也有大量中国学生来到美国接受基础教育，但还处在相对小范围内。中国学生大部分是自费留学。他们有时会错失深入美国社交圈子的机会，和在华美国学生一样，这些中国学生在美国的大部分时间都呆在中国人的圈子里。两国都在努力为学生们提供早期的和持续的和当地人共同学习和工作的机会，以开拓他们在学校之外的社交圈子。

为了鼓励双方开展更加广泛的教育交流，两国已建立起多种多样的政府项目。美国政府资助来华学习的学生多过赴其他国家的学生。这得益于一系列长期设立的奖学金项目，包括富布莱特奖学金、外语领域研究奖学金、本杰明·吉爾曼国际奖学金项目、国家安全教育项目（博伦）奖学金，等等。其中最富声望的富布莱特奖学金从两国选派一定人数的研究生、研究员和教师赴对方国家进修，2007-2013年间，此项目平均每年选派24名美国学者前往中国，同时挑选42名中国学者来到美国。

另外辅助以较大范围的学术性的专家交流，尤其在科学研究领域。这些交流项目分别在美国方面得到国家研究委员会和国家科学基金会，中国方面得到中国科学院和中国科技部下属的科技交流中心的资助。

其中最著名的将两国学生完全融合在一起的项目当属设在南京大学的约翰·霍普金斯中心，始建于1986年，拥有在校生150人，毕业生2,400多人。另外一个令人期待的项目就是将于2016年开始的史蒂芬·施瓦茨曼学者项目。目前清华大学正在建设一所新型寄宿制学院，将有来自美国、中国和其他国家的共200名应届毕业生会在这里接受一年的英文授课课程。多所美国大学也正在中国建设分校区，其中纽约大学与华东师范大学的联合分校今年秋天已

经开始招收了 300 名学生，其中一半来自中国。

3. 文化

在文化方面，美国和中国都面临着挑战，但又有所不同。美国文化产业十分发达，拥有充足的资金支持，而且在国外十分流行。但是美国的商业媒体呈现给中国民众的关于美国文化和价值的画面是不完整的。美国政府力图通过推广政府支持的文化外交来平衡文化输出的效果，但资金的缺乏限制文化外交可以触及的范围。相比之下，中国在近年来实施了积极有效的措施，有强大的政府资金支持其在美国推广中国文化。中国侧重宣传其古代文化和遗产，而不是当代文化。迄今为止其商业推广在市场上没有获得太大的成功。

2012 年中国市场电影票房前十位		
(单位：百万美元) (加粗为美国电影)		
1	泰囧	162
2	泰坦尼克号 3D	153
3	画皮：复活	115
4	碟中谍：幽灵协议	111
5	少年派的奇幻漂流	93
6	复仇者	92
7	十二生肖	86
8	黑衣人 3	82
9	冰河时代：大陆漂移	73
10	地心历险记：神秘岛	63

美国的文化产业十分发达，拥有完善的商业推广机制。以电影、音乐以及游戏为代表的美国文化产品享有极高的品牌认知度和流行度。然而中国为平衡票房比例对进口国外电影的配额实施了限制。因此，有很多美国公司为了避开这一政策，转而和中国公司合拍电影，例如迪斯尼就和中国公司（但由美国人经营）的 DMG 公司联合制作了电影《钢铁侠 3》，詹姆斯·卡梅隆的电影公司投资中国的 CPG China Division，在中国开发 3D 电影技术设备。美国电影在中国的受欢迎程度在票房排行榜上可见一斑。

2012 年，国外电影的票房总数第一次超过中国电影。中国的电影银幕数量在大幅度增加，使得中国电影市场成为仅次于北美的世界第二大电影市场。

相比之下，美国文化外交项目得到的政府支持十分有限。去年美国国务院教育和文化事务局 5 亿美元的预算当中，只有 2 百万美元用于在中国的文化推广活动。但是，大量的非政府力量成为文化外交的主力军。其中许多权威的文化机构填补了这部分空缺，将博物馆展览、芭蕾舞演出以及其他形式的美国文化带到中国。其中最为成功的当属最近美国亚洲协会将一系列美国文化的代表，包括美国女演员梅丽尔·斯特里普、大提琴演奏家马友友、以及大厨艾丽丝·沃特斯邀请到中国。全美篮球协会 (NBA) 在中国受到极大的追捧，某些在中国篮球联赛打球的美国运动员也受到极大的关注。

中国在发展文化产业方面拥有雄心勃勃的计划。第 12 个五年计划强调了在这一领域的投入，以提高中国在海外的影响力和巩固其经济地位。2010 年，中国文化产业产值约为 1,750 亿美元，只占中国 GDP 的 2-3%，中国政府的目标是将其提高至 5%。电影产业以每天增加 12 块银幕的速度蓬勃发展。中国电影在国内拥有大量的观众，但在美国却没有享受到同等的待遇。张艺谋拍摄电影《金陵十三钗》耗资近 1 亿美元，其中一大部分用于支付主演、奥斯卡金像奖得主 Christian Bale 的片酬，就是为了竞选奥斯卡最佳外语片奖，以成为获得此奖项的第一部大陆电影。然而，这部电影遭到了美国影评人的批评，在美国只获得了 311,434 美元的票房。但其在中国市场大获成功，几乎在 3 周内就赚回了制作成本。2012 年上映的电影《泰囧》以近 2 亿美元的总票房成为当年票房冠军，但在美国只取得了 57,287 美元的

票房。当然，中国不是唯一一个在开拓美国电影市场中受挫的国家，国外电影能在美国成功赚钱的较少。

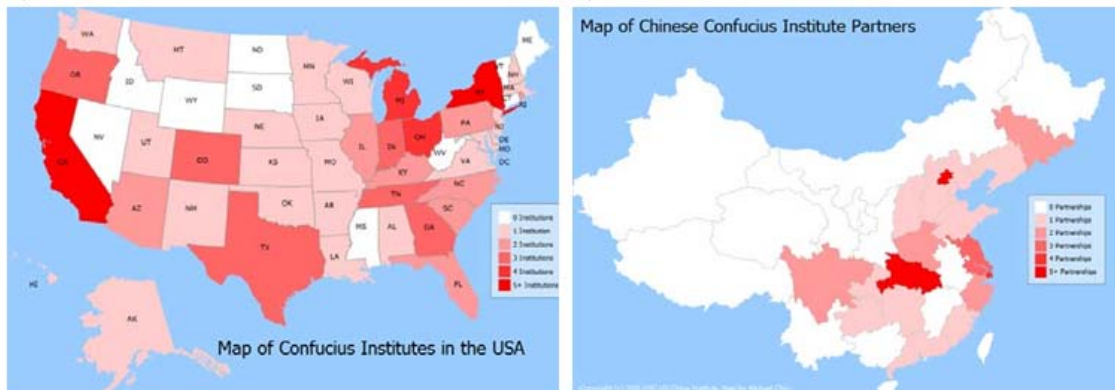
美国外语片票房排行前十位		
单位：百万美元（加粗为中国电影）		
1	卧虎藏龙（台湾）	128
2	美丽人生（意大利）	58
3	英雄（中国）	54
4	非常父女档（墨西哥）	44
5	潘神的迷宫（墨西哥）	38
6	天使爱美丽（法国）	33
7	霍元甲（中国）	25
8	邮差（意大利）	22
9	巧克力情人（墨西哥）	22
10	虚凤假凰（法国）	20

中国政府支持的文化项目比商业推广项目要成功的多。孔子学院以惊人的速度快速扩张，目前已在 90 个国家建立了超过 300 所孔子学院，其中 78 所设立在美国大学里。尽管这在美国全国和地方引起了一些议论，但大多数促进了汉语学习项目的推广，丰富了在当地接办机构的中国文化或商业相关项目，其中包括学生或教师交流项目，或者不少提供资助的研究和翻译项目。

除了孔子学院之外，中国政府也致力于开展一系列长期存在的以及新设立的文化项目。多年来中国政府一直推行熊猫外交，将好几对熊猫借出到世界各地的动物园，受到广泛的欢迎，尽管这在增进了解中国文化方面只起到微薄的作用。为了填补这一空白，中国政府表示将会设立 25-30 个海外文化中心，以增进与世界各地民众在文化方面的交流。他们将一系列的巡回博物馆展览、文化演出以及以中国为主题的艺术节推广到美国，增进当地普通民众对中国文化的了解。最后，中国力图通过主办大型的体育盛会来提升国际声望，最有代表性的是 2008 年北京奥运会，有超过 2/3 的美国人通过电视观看了至少一部分比赛。这些盛会加深了美国人对中国主办城市、中国运动员以及更多方面的了解，但在某些情况下，却带来对于国家体育机制和宣传工作的消极看法。

除了孔子学院之外，中国政府也致力于开展一系列长期存在的以及新设立的文化项目。

孔子学院在美国的分布：



来源：汉办、大学。

4. 媒体

两国传媒机构在对方国家的运做都面临挑战，对当地民众产生的影响也相对有限。然而，对方国家的呈现却对本国观众有着深刻的影响。某些美国媒体在中国享有很高的知名度，有几种美国出版物在中国也颇受欢迎。但美国媒体在中国面临采访新闻方面的约束以及市场准入限制。

美国商业新闻媒体诸如 CNN、美联社、纽约时报、华尔街日报以及彭博通讯社在中国以外地区拥有大量观众和读者，但在中国却受到很大的限制。例如，《纽约时报》中文和英文网站以及彭博通讯社网站如今在中国都被封锁。他们的活动也遭到中国政府的种种约束，包括签证限制、新闻采访限制等。《世界时装之苑》和《国家地理》杂志在中国城市当中受到广泛的欢迎。由美国政府支持的《美国之音》和《自由亚洲广播》的汉语广播节目在中国无法实现日常的顺畅播放，美国之音的英文广播节目尤其是英语教学节目获得允许播放并受到听众的欢迎。一个著名的节目就是由 Jessica Beinecke 主持的视频博客节目“OMG, Meiyu”，这个节目每天会教一些英文单词，包括一些学生不会学到的日常俚语。

中国在媒体外交方面面临各种各样的挑战。中国积极拓展其国际媒体的曝光，大量的政府资金支持中央电视台、新华社、中国日报和中国国际广播电台等国家媒体在美国新建分支机构。尤其是央视在华盛顿设有一个大型的驻美国记者站，同时雇用来自美国及世界各地的年轻的和有经验的记者。尽管付出了很大努力，还是没有中国媒体在美国拥有大量的观众和听众。广泛的宣传（如：《华盛顿邮报》及其他当地报纸上每周的增刊）以及免费或低价订阅使得从 2009 年开始推出《中国日报》的美国版比新近设立的中国媒体分支机构被更多美国人熟知。所有新闻机构在美国市场都面临挑战，但中国的新闻机构在进入一个如此拥挤的市场时却没有强势品牌。拥有大量的资金支持是一大优势，但要建立公信力则需要时间和对有关中国的潜在敏感问题作出富有洞察力的新闻报道。在美国的中国中文媒体在网络、有线电视、卫星电视和无线平台中拥有大批移民和学生观众。

政府办公室/媒体组织社交媒体使用情况 (自 2013 年 8 月)		
	社交媒体	用户量
美国		
驻华大使馆	Twitter	88,412
	新浪微博	716,450
彭博《商业周刊》	新浪微博	294,459
	腾讯微博	92,196
《福布斯》(中文)	微博	421,767
《华尔街日报》(中文)	新浪微博	1,814,012
	腾讯微博	1,685,406
中国		
外交部公共外交办公室	Twitter	1,662
	新浪微博	4,837,055
中国中央电视台(英语频道)	Facebook	225,411
	Twitter	239,204
中央电视台美洲频道	Facebook	43,556
	Twitter	2,497
《中国日报》(美国版)	Facebook	296,000
	Twitter	820

社交媒体是个前景无量的领域，尤其重要的是，它是年轻人为主要用户的平台，而两国的年轻人对彼此国家抱有最积极的看法。美国商业媒体公司和美国驻华使馆在中国利用中文博客、微博和手机应用培养了相对多的追随者。但情况也并非一直乐观。美国驻上海领事馆的微博帐号就曾经被关闭，中国政府抗议美国在中国散布从其设在美国使馆的传感器获取的空气质量信息。中国政府在社交媒体方面的努力更多的指向国内观众和海外华人，但中国国家媒体已经开始接受在中国一直被禁用的推特(Twitter)和脸谱(Facebook)。中央电视台和中国日报已经积累了不少重视的观众和读者

(尽管美国的读者和观众数量是不确定的)。

5. 公司

很多人认为经济关系是当今美中关系的压舱石，因此两国关系中的商业成分就受到极大的关注。然而，两国公司面临着不同的挑战，即：美国公司在中国深受欢迎并拥有牢固的地位，但有时缺少克服市场准入和知识产权保护问题时必要的政治砝码。许多大型的美国公司在中国享有较高的能见度，当然这通常要通过大力的宣传才能获得。但有时也不免会被当作反美情绪发泄的目标。另一方面，中国公司在美国知名度较低，有时必须克服来自美国官员、合作者和消费者的不信任。这一部分是因为中国公司仍然处在树立品牌的阶段，往往忽视了深入对方社会的必要性。双方还需要对彼此的政治、经济和社会环境有更深入的了解，以及梳理可以强化其在对象国位置的必要手段。

中国是美国重要的投资对象国，但投资规模在日渐下降。美国投资者在中国成千上万的公司中拥有投资，有约 240 个美国跨国企业在中国做生意。美国公司打造了深受中国市场喜爱的品牌，而这些品牌之所以受到欢迎，一方面来自于产品本身，另一方面则缘于美国企业所树立的良好的雇主形象。积极的企业社会责任项目和公关项目在维护美国企业在华良好形象中也起到了关键性的作用。美国企业同样得益于诸如美国中国商会、美中商业委员会此类协会的代表作用，他们帮助美商业人士了解当地的商业环境，表达他们的商业关注，例如针对制度的透明、市场准入以及知识产权保护等问题。

中国企业加大在美投资，其在美国直接投资资产价值有显著地增长，目前总计 280 亿美元。其中不乏在能源或金融领域高达数十亿额的投资项目，但更多的是在制造业、房地产、以及其他商业领域的投资。2012 年有大约 6000 美国人受雇于在美中资企业，是 2005 年的三倍之多。尽管如此，中国仍缺少深入民心的品牌，美国人习惯了“中国制造”的标签，而非中国品牌。因为过去几年中国产品质量和产品质量问题的广泛不良影响，使得中国企业必须消除美国人在这方面的担忧。有些挑战是可以透过树立品牌来缓解的，而更加有效的企业社会责任以及公共关系项目也是至关重要的。日本和韩国公司已经开始重视在这方面的投入。但许多中国公司还没有认识到这样做的必要性，因此鲜有在美中国公司注意培养这方面的专业人才。

6. 民间交流

民间层面信任的建立主要是地方性的，尤其依赖具体的个人或组织。美国非政府组织虽然很活跃，但在中国遇到运作限制。尽管中国的官办非政府组织尽管数量很少，但在促进美中关系方面所起到的积极作用在日益增强。越来越多的民众去往对方国家旅游，有时组团或者随专业旅游团体前往。百人委员会 2012 年报告显示 旅游使得 41-43% 的民众对彼此国家抱有积极的看法，同时有 15-28% 的人旅游回去后反而产生比过去更加消极的看法。然而一个让人担忧的发现是，2/3 的美国人、商界人士以及政治领导人在去过中国后开始对中国产生好感或者更好的看法，但却几乎一半的中国民众和商业领袖表示到访问过美国之后反而使得他们对美国的好感减少。但总的来说，与对方国家的直接接触会使人产生更加积极的看法。引导民众做好更充分的访问准备并使他们更加全面的深入到对方社会当中，会帮助他们拥有更加令人满意的旅行以及获得对彼此国家和民众更深入的了解。

如今，只有小部分美国人会跟随团体前往中国，到访美国的中国游客也是同样的情况。但团体可以通过设计参观项目以及回国后分享旅游经验产生更大的影响。这些游客通常会成为持

续的教育、交流以及合作的主力军。

美国拥有众多民间组织致力于推动了解中国和建立更好的中美关系。其中包括中美关系全国委员会、人民对人民大使项目、美中友好协会、中美学术交流委员会、(美国)亚洲协会、百人会、美籍华人组织以及诸多国际事务团体、智库和中国儿童收养家庭组织等。另外，两国还有 219 个城市和省份结为姐妹城市(省份)。中国方面，有各种各样的政府组织活跃在这一领域，包括中国人民友好协会以及中国国际文化交流中心等。这些组织对于增进两国民众交流起到积极的推动作用。

还有众多其他的民间组织努力建立联系，有的成功，有的不成功。例如美国红十字会、人类与和平栖息地组织已经同中国建立了合作伙伴关系。而中国的官办非政府组织至今仍更多地关注国内问题。

长期居住在对方国家的民众人数逐日增加。在中国居住的外国人中，美国人是第二多的。大量中国侨民包括移民到美国的华人仍然与中国维持着强大的联系。由于在对方国家生活和工作的经历，他们往往会有更加深入的理解，和当地民众有频繁而直接的互动，所以他们对两国如何认识和理解对方的影响很大。。虽然大多数侨民忙于个人追求，但也有很多人会参与一些团体活动、教育推广活动或者类似的交流活动。

小结

美中间交流活动是有力的、积极的和发展的。但显而易见的是，在以上概述的六大领域里两国的交流在其范围和影响力方面仍存在缺口。丰富的直接接触项目和活动往往在促进真实交流和深化理解方面颇有成效，但缺乏连续性，缺乏与其他相关活动的有机联系，缺乏广泛的宣传。其影响往往仅限于直接参与者。

企业在建立互信方面的努力与其产品、品牌和公司在彼此国家日益增强的形象和影响力并不相称。在国家与国内外民众沟通时政府的公信力是个恒久不变的挑战。两国政府在与民众交流方面付出了更大的努力，但民众，尤其是使用社交媒体的年轻民众对于这种只是自上而下的交流表示不满。(如何利用) 新型技术平台以及联络社会的各个部分，需要(交流方式) 具有更好的适应性和创新力。旧的方式已经无力承担建立两国互信的重任。

在接下来的章节，通过调查结果以及对现存实践的研究，我们主张推广涉及更多的商业成分和由年轻人参与的项目，并充分利用通讯革命。我们进一步建议，创建为多样化人群提供培育与参与机会的项目，利用既能节约成本又可以增强体验性的技术。但是，只有更好的和新型的交流活动还不够，有关这些活动的信息要能够通过传统和新型媒体传播给更多的人。这些活动得以实现的责任落到交流活动的推动者、媒体的把关者以及可以为有效项目提供更多支持的政府身上。

第三章 建议

我们已经看到：

- 美中在两国关系的重要性和增进关系的意愿方面达成了广泛的共识。

- 美中间存在充实的和不断增加的互动。
- 两国民众对彼此的消极看法增长，信任减少。

现存的交往战略和交流项目不断扩大，在过去几年里极大地推动了两国关系的进一步发展，但显然这些对于克服阻碍两国间深入理解的障碍以及解决互疑问题还远远不够。

现状还不够令人满意。美中建立合作的需求比以往时候都要强烈。如果缺少更大的互信，为解决或者至少缓解共同挑战而做出必要的承诺和采取行动是不太可能的。针对深化双方理解和建立互信，我们的两国委员会认为立即的和持久的行动是必不可少的。即使所有的建议得到采纳和执行也不会解决两国间现存的所有问题，因为其中一些问题确实相当棘手，涉及到两国国内的强势利益集团以及隐含的第三方利益。但是我们提出的建议可以帮助改善问题所处的大环境。通过构建更好的互信环境，我们希望提升两国民众创新性的合作和解决问题的能力。

指导思想

从广泛和多样化的美中事务的经验中，以及从调查结果、他人经验和其他的研究成果中，我们得出以下思想行之有效，可以构成新的交流方案的核心内容。我们必须：

1) 努力调动年轻人的参与并培养年轻人最大限度地利用这样的机会

政府、组织和父母均已意识到了这一点。这从奥巴马政府推出的“十万留学生计划”可见一斑。尽管目标可以实现，但这十万美国留学生的大多数来中国主要学习中文。这和在美240,000中国留学生形成鲜明的对比，中国学生通常使用英语去攻读其他领域的学位。将学生派到中国只是关键的第一步，美国还需要拓宽和提升汉语教学，从而使大量学生可以利用中文进行其他领域的学习。提高两国教师讲授彼此国家和美中关系的能力，为此做长期投资。派中学生前往中国进行短期访问可以激发他们回国后开始学习中文的热情。

2) 进行有特定任务的交流项目，着重体现合作对于完成项目的重要性。

例如，学生可以联合制作一个纪录短片，或者合作完成一项商业计划、一场展览或演出，制定解决当地环境问题或关怀弱势群体的方案等。地方政府可以合作举办文化节、针对电子政务、移民关切的敏感问题或公共卫生保障等主题联合培训项目。

3) 鼓励更加广泛地分享经验和观点，从而促进对合作者更加深入的理解

两国都拥有来自对方国家的民众。他们长期和当地人接触，虽然总的来说比较适应，但社交媒体的出现加剧了他们的孤立。尤其是学校需要确保学生充分利用海外学习的机会，深入当地社会去了解更多情况。这其中有许多有效的途径（例如，让学生以交流使节的身份访问社团组织或学校，建立多民族学习团体、俱乐部、组织相关活动，组织实地考察旅行，使得他们对当地政府、社会组织和企业有更深入的理解）。

在对方国家居住时间较长的民众以及他们在当地的企业或机构可以采取类似的途径，以此拓展关系网、深入了解邻居以及其他人的价值观和生活规范，并且与当地人分享自己国家的文

化。而这也通常被作为企业的社会责任战略的核心部分。

4) 利用新型科技建立更丰富的交流活动，扩大影响力，从而激励更多交流活动的建立

许多学校、企业和机构已经开始这样做，但可以这样做的人可以更多，利用新科技可以使得交流活动发挥更大的效果。视频会议以及使用其他科技工具的合作项目都是很好的开端。这些工具的明显优势在于使得分享交流经验或者成果变得更加容易。（另外一个目的，请见下文）

视频游戏可以将有关美中关系的有趣的信息涵盖其中，尤其在针对外交官或其他人的培训项目中可以得到最有效地利用。有些游戏，像文学作品，在探索其他世界，鼓励人们认识自己的价值观、期待和担忧，同时也意识到在这些方面其他国家的人会有所不同。但与小说不同的是，游戏可以允许一个人与他人积极的合作，也可以进行斗争。参与者可以肩并肩，也可以被海洋阻隔。他们可以回顾经验，之后探讨动机、战略、行为和信号。

年轻人，新一代决策者，已经开始接受这些新一代的平台。他们可以被更加系统地开发，并且在短期内利用于当今的决策者。

5) 明确关注美中关系中的重大问题而建立更多的交流项目

现存的第二轨道讨论，由富有经验和影响力的前官员以及非官方顾问参与，他们以更开放的方式努力解决棘手问题。除了只是依靠现任官员之外，在探究解决方案时存在更大的灵活性。一个案例就是台湾海峡问题，在两岸直接的军事会谈不可能实现的情况下，退役军人间开展的交流活动推动了理解和稳定。美中关系全国委员会和中国现代国际关系研究院在引领第二轨道对话。

重要的是，除了精英以外，第二轨道希望涵盖更多的和更大范围的民众一起来参与解决问题。不少组织在这方面做了一些努力。例如，美中关系全国委员会每年会邀请在美中国留学生来到华盛顿与美中政策专家进行数天的会议，学生们和立法者、企业从业者、非政府组织代表交谈，并有机会与中国使馆官员会面。他们认识到了问题存在的范畴，至少是各方在问题上持有的立场。另外还有一个类似的针对美国年轻人才的项目。

另外一种模式是学生自建项目。布朗大学的学生从2005年起启动海峡会谈，如今在旧金山海湾地区已成立了分会谈。每年学生委员们都会策划一个一周时间的研讨会，从台湾、中国和美国选出15位学生代表参加。对他们进行冲突解决训练、与地区专家进行探讨，最后写出关于分歧处理与合作的共识报告。报告会提交给以上三个地区的领导人。

商业社团和其他组织也参与到这些讨论当中，有时也会有行业监管者或者其他相对应的机构负责人参加。我们应该开展更多类似的交流活动。

6) 建立和利用综合性的双语网站，从而促进网络构建、资源利用和对成功实践的宣传。

除了历史介绍、项目描述和联系信息之外，网站应该设有论坛供大家提出和讨论问题、分享成果和为对美中交流感兴趣的人举办研讨会。我们委员会面临着创建这一必要资源的挑战。

7) 在举办大型会议和利用诸如以上提到的网站等新兴技术和资源方面，鼓励企业、商业组织和私人财富的支持。

两国国家和各级政府应该从范围和影响力方面评估现有项目，进而将额外的资源分配到建立互信的交流活动中，开展更多更好的交流项目需要企业更多的参与。

有些企业、组织和个人已经投身支持这些项目。例如美中商业委员会为合法的交流项目提供资金支持。董建华率领的中美交流基金会通过支持研究和探讨美中经济关系演变，从而推动建立更加良好的双边关系。百人会承揽了重大调查并赞助交流活动。当然，企业和个人对大学和智库进行的美中研究和交流项目提供支持。但这种情况在美国比在中国要更加普遍。中国公司则会挑选支持那些可以从积极的宣传当中获利的项目，从而使其成为某个领域的开拓者，并得到官方的普遍支持。

建议：关注新一代

以上指导思想为我们接下来的建议稳固了基础。为了建立互信从而增进美中关系，我们提出以下“新一代”主张。

新一代人：动员年轻人、成长起来的精英以及商业团体参与到美中关系当中

- 为未来领袖到对方国家学习提供奖学金。对于两国来说，现在有必要为未来两国关系稳定作投资，尤其在未来领袖处在塑造阶段时。投票数据显示，两国的年轻人更有可能对彼此产生正面看法，但随着他们年纪增长，想法就会变的难以改变。尽管矛盾不可避免，但确保未来领袖认识到如何与彼此更好的合作，将有助于促进在未来形成建设性的双边关系。清华大学设立的施瓦茨曼学者项目，将优秀的毕业生聚集起来，就是在此方面迈出的重要一步。
- 聚集两国年轻企业家共同讨论联合慈善事业。两国的年轻商业领袖都有兴趣为社会作出积极的贡献，并致力于增进美中理解。对这些企业家进行头脑风暴可以引导他们进行有效的新型合作以及更好的实现平衡。他们都是有影响力的，尤其在年轻人中间，因此这样的合作会带动更多人的参与性。
- 鼓励企业承担企业社会责任，为建立美中互信做出贡献。工商业界是最应该关注美中关系发展的，但事实上他们却是参与度最低的部分之一。将建立互信作为企业社会责任的一部分，不仅有助于提升他们所处的工商业界的影响力，也会为企业活动形成积极的社会环境。
- 促进两国教师之间的交流，将其影响最大化。教育交流是最有效的人与人之间的交流形式，因为他们提供了长期的文化理解。重视教师将使得交流产生更大的影响力，因为不仅仅教师、包括他们的学生也会从中受益。
- 力争将参与交流的人多元化，并分享交流新闻。以调动更多的年轻人和商界人士参与交流为基础，覆盖更多人群。目前进行中的交流项目往往会受到地域的限制。但这有利于

姐妹城市的联系，丰富的活动可以涉及本地区的大部分人口，并可以成功地解决相对容易的问题，这增加了参与者的信心，从而挑战更难解决的问题。但很多情况下，美中关系意味着同样的一批人或一类人在交流。建立拥有广泛基础的理解和信任需要将通常意义上的参与者之外的人群纳入美中会谈当中。

新一代平台：利用社交和数字媒体形成美中交流的网络。

- 使用新兴媒体工具发展探讨美中关系的平台。美国和中国都是在使用数字媒体方面的先锋，这使得数字媒体成为建立互信的首要平台。但很多情况下，社交媒体也会被利用制造分歧，语言的障碍也是一大问题。加大投入，发展致力于呈现平衡观点的空间，将有助于平台在社区建设方面发挥最大的潜能。这一方面需要两国企业建设提供资金和技术上的支持。
- 建立一个综合性的双语在线平台，促进中美交流联络网的形成、资源的有效利用和成功实践的传播。尽管在美中交流项目方面已经有了显著的投入，但这些项目往往会受到范围的限制和隔离。如前所述，我们委员会正在开发一个交流数据库，用来扩大运行项目的覆盖范围，使参与者可以与其他志同道合的人联系，并对正在做的努力和已取得的成果有广泛的了解。
- 利用新兴科技开发虚拟交流项目，延长真人交流项目的期限。网络电话 (Skype)、微信以及其他的平台都可以实现视频会议，这打破了传统的跨海越洋的旅行所制造的时间和成本障碍。利用这些平台建立起来的项目将使得这种低成本、少资源的交流可以在更多人当中展开。交流的频率增多、期限延长，并且使在国外交流的人可以与自己的国家有更紧密的联系。

新一代项目：利用非传统形式的交流发展引人注目的合作项目

- 在美中两国间开展高调的公共合作，从而获得媒体的关注，例如联合平台的建立，类似应急响应的联合海军以及海岸警卫队演习。近几个月以来，两国海军举行了联合救援演习。进一步并且更加高调地表达两国携手合作的意愿，将提升公众对于从美中关系中获益的信心。
- 调动第三方和关键利益相关方参与到美中关系的探讨中，他们做了很多关于美中关系的研究，邀请第三方（如欧洲和其他亚洲国家）参与讨论有助于提高其客观性。
- 加强军队间交流。军事领域是美中间缺乏信任的主要领域，为双方军队打开交流渠道至关重要。开展交流可以提高他们有效合作的能力，尤其在处理危机事件时，同时巩固总体美中关系。

“新一代”的方案将互信建立的范围超越了华盛顿和北京，超越了两国政府，覆盖更加多元化的人群，使他们对彼此的社会、经济和政治拥有更加深入的理解。交流和理解产生的同理心 (empathy) 是建立信任的关键所在。理解使得人们更容易就某一问题的解决方案达成一致；同理心会使得人们在作出承诺和履行诺言时拥有更多的耐心和容忍。

“新一代”方案的关键是要认识到两国政府需要更加努力地对本国和对方国家的民众解释他们的目的和政策，政府做好聆听民众意见的准备。只有利用传统和新兴媒体而进行的良好而多维层次的交流，才会实现拥有广泛基础的信任。

我们委员会是在奥巴马总统和习近平主席在安纳伯格庄园举行的真诚而富有成效的会面之基础上建立起来。2014年，我们会为第二次会面聚集颇具影响力的企业、基金会、教育机构、媒体和社会领袖。他们会利用此报告共同为建立中美互信出谋划策。

诸多长期致力于促进美中关系的学者和组织为此报告的完成做出了贡献，我们对他们以及其他对我们给予一贯的支持与分享其经验和想法的机构和个人表示感谢。他们或许不会赞同我们所有的调查结果和意见，但我们随时欢迎来自每一位的反馈。

时间宝贵，现有的交流方式作用有限。解决紧迫问题时必须的信任正在减少，摩擦会出现，从而造成更大范围的和更加有害的冲突。

这样的冲突不是不可避免。不久前没有人会想到两国关系会变得如此紧密地连接在一起。我们相信，使更多的人参与到更加实质性的交流活动中，同时大力宣传活动过程和合作成果，将会极大地增进相互理解和信任。尽管这不会立即实现，但长期的回报是显而易见的。我们需要对进行中的良好的工作方式进行更大范围的宣传，学会利用新兴科技来触及更多的年轻人。我们需要从今天开始行动。