

江苏外事

JIANGSU FOREIGN AFFAIRS

◆ 国务委员兼外交部长王毅就当前中美关系接受新华社专访（全文）

◆ 抗疫斗争的江苏实践：

广泛深入开展国际合作 深刻践行人类命运共同体理念

◆ 一个改革“尖兵”的“自贸新传”

◆ 记“携手抗疫·江苏情”在江苏外国人短视频大赛

◆ “双园记”背后的故事

第308期

双 月

4

2020



中共江苏省委外事工作委员会办公室
江苏省人民政府外事办公室

主办



顾问 (以姓氏笔划为序):

王 华 华黎明 刘新生 杨布尔
吴正龙 吴冬华 周晓沛 赵振宇
顾明道 蔡方柏

编辑委员会委员 (以姓氏笔划为序):

王连运 朱 勇 朱 钰 杜吉宾
李 亚 吴 瑕 张 岩 张兆洋
张志超 陈 羔 陈明辉 董玲玲
魏弘扬

编印单位:

中共江苏省委外事工作委员会办公室
江苏省人民政府外事办公室

主 编: 张松平

副主编: 于 郑

编辑部主任: 曹凤前

责任编辑: 李文柏

版面编辑: 周红霞

编 辑: 《江苏外事》编辑部

地 址: 南京市西康路 15 号

邮政编码: 210024

电 话: (025) 83670918

电子信箱: jsws_wb@js.gov.cn

封面题字: 尉天池

发送对象:

中央外办, 中联部、外交部、
国港办、全国友协领导及司局;
江苏省市县四套班子领导及主要涉外部门;
全国 30 个省、自治区、直辖市人民政府
外事办公室。

印刷单位: 南京汇文印刷有限责任公司

印 刷 数: 2830 本

印刷日期: 2020 年 10 月 15 日

目 录

CONTENTS

【 焦点关注 】

3 国务委员兼外交部长王毅就当前中美关系接受新华社专访 (全文)

【 特别报道 】

8 抗疫斗争的江苏实践:
——广泛深入开展国际合作 深刻践行人类命运共同体理念 省外办综合协调处

【 奋力夺取“双胜利”专栏 】

13 育新机开新局 推进开放再出发
——统筹做好各项对外工作助力苏州高质发展走在最前列 陈 羔

16 积极构建“双循环” 奋力夺取“双胜利”
——无锡市梁溪区涉外系统“大战”“大考”中铸忠诚显担当 沈 谊

【 “外事为民”专栏 】

19 推进“放管服”改革 提升“外事为民”质效
——以线上平台建设为抓手奋力打造“徐州外事”升级版
王连运 吴文娟

【 外事论坛 】

22 对疫情防控常态化背景下高水平推动镇江外事工作高质量发展的几点思考
魏弘扬

25 面对新形势新任务新要求 奋力开拓友城工作新局面
——对连云港市加大友城工作力度提升质效的几点思考 张 良

【 中国 (江苏) 自由贸易试验区脉动 】

30 聚焦片区功能定位 “三个创新”赋能领跑
——一个改革“尖兵”的“自贸新传” 苏州工业园区

【 民间外交 】

33 主动发声 在国际舞台讲好江苏抗疫故事
——记“携手抗疫·江苏情”在江苏外国人短视频大赛 周卫东 蒋露

【 公共外交 】

35 “双园记”背后的故事
——宿迁市与新西兰友城因弗卡吉尔市以互建园林为牵引推动全方位交流合作
黄 莹

【城市国际化专栏】

38 聚焦创新名城建设 推动创新国际合作

——国际友城参与2020南京创新周侧记

刘怀玉

41 突破创新地域界限 拓展科技合作新空间

——南京市栖霞区借力“创新周”打造创新“强磁场”

张丽华

【县(市、区)工作动态】

44 白俄罗斯驻沪总领事访问南京市雨花台区

顾玲芳

45 守望相助担道义 万里驰援见真情

——一封来自塞浦路斯总统的感谢信

许新平 宋超

46 打造中日地方合作新样板 推动智能制造高质量发展

——中日(苏州)地方发展合作示范区揭牌仪式在相城举行 黄荟荟

【智库观察】

47 基于拉美国家传媒新冠疫情报道文本对中国形象认知的研究

周汝光 沈山

【调研报告】

52 奋发有为自奋起 “双复”战役冲在前

——对苏州、南通2市涉外企业复工复产情况的调查与思考

曹凤前 张平 蒋晨

【大事记】

55 省外事(港澳)工作大事记(2020.4~2020.5)

【图片报道】

【封面】9月17日，省委书记娄勤俭、省长吴政隆在南京会见拉美和加勒比国家驻华使节代表团。

新华日报社记者 张筠 摄

【封二】图片要闻

【封三】图片新闻

【中页】中国(江苏)自由贸易试验区苏州片区举办一周年建设情况汇报会掠影

苏州工业园区

【封底】维纳斯爱神岩(塞浦路斯)

宋超



[内容提要]

基于拉美地区 5 个国家主流报刊媒体对中国新冠肺炎疫情相关的新闻报道文本大数据,采用情感分析、语义网络分析、话题模型构建等方法,发现 2020 年 1 至 6 月随着时间轴,呈现 3 个主题性内容:“中国信息不透明”“中国治疗方案可行”“中国实行口罩外交”,并得出其对中国认知形象为“神秘的东方大国”“有能力的东方大国”“有责任心的东方大国”,这对下一步推进中国与拉美人文交流、民心相通、夯实民意基础,具有借鉴意义和参考价值。

基于拉美国家传媒新冠疫情报道文本对中国形象认知的研究

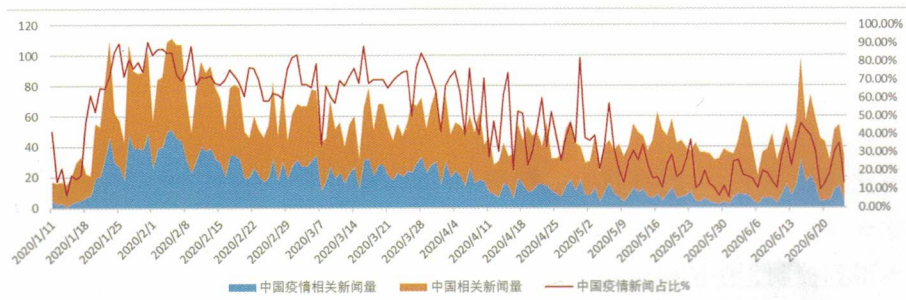
□ 周汝光 沈山

拉丁美洲和加勒比地区(以下简称“拉美”)是 21 世纪海上丝绸之路的重要延伸,也是“一带一路”倡议的重要国际合作伙伴。“一带一路”倡议提出以后,中拉关系的发展被纳入了更宏大的战略框架。2020 年初以来新冠疫情在全球肆虐,部分拉美地区国家和民众对疫情来源是否为中国、中国治疗方案是否科学可行、中国对外医疗援助是否别有用心等问题产生质疑。但随着时间的推移,中国在疫情期间的卓越表现和对外援助所展现的大国担当正在逐步得到拉美乃至世界各国的肯定。拉美地区主流媒体对中国报道的倾向,影响着拉美地区受众对中国的看法和态度,也就是中国国家形象。在此背景下,本文对新冠肺炎疫情暴发以来,拉美主流报刊媒体对中国抗击疫情及开展

国际援助等情况进行追踪报道、文本挖掘和分析,了解疫情期间拉美和加勒比地区国家对中国的印象和态度,对于维护国家形象,营造良好的国际舆论环境,具有重要的指导意义和参考价值。与此同时,对未来一段时间内在拉美国家塑造中国形象、提升中拉关系和加强人文交流做准确预估与评判,具有借鉴意义。

数据来源与文本数量

本国民众通过大众媒体或者社交媒体了解别的国家,其中主流媒体具有权威性,所以民众眼中的他国形象主要是由主流媒体来建构。报纸作为一个庞大的文本库,其报道内容能够真实反映当地政府、国民的看法与情感态度。本文研究选取拉美地区影响力较大、发行量最多的 5 家报纸进行舆情监



中国疫情相关报道数量时序图

测,包括巴西《环球报》、阿根廷《国民报》、秘鲁《商报》、哥伦比亚《共和国报》、智利《信使报》,通过检索“中国”“新冠疫情”“新冠肺炎”“COVID-19”等关键词收集有关报道内容,并利用R语言dplyr软件包对挖掘到的数据进行整理,剔除无效数据。考虑到疫情在2020年1月开始大规模暴发,拉美媒体于1月11日首次报道,随后成为公众议题,数据时间段样本选择2020年1月11日(初次出现)至6月24日(文本检索截至日)期间,获取涉中国疫情相关报道5907篇,去噪后最终收集到有效报道3025条,经过国内知名翻译软件译为中文后,共计671199字。

拉美新闻报道文本分析

1. 新冠病毒中国疫情相关报道数量与时间分布

2020年1月11日至6月24日,拉美5家报刊有关中国的报道累计5097条,其中有关“新冠疫情”的报道3025条。

拉美媒体于今年1月11日开始关注中国疫情,并且在此之前有关中国报道数量较少,1月20日首次出现关注峰值,是因中国政府开始认识疫情的严重性并采取了一系列如武汉封城、强制隔离等强制措施。在此后至4月上旬,关于中国报道数量一直较多,疫情报道占比居高不下。4月8日,武汉解除离汉离鄂通道管控,中国疫情基本得到控制,中国疫情报道数量出现较大波动,关注开始减弱。6月11日起,北京连续3天通报了新

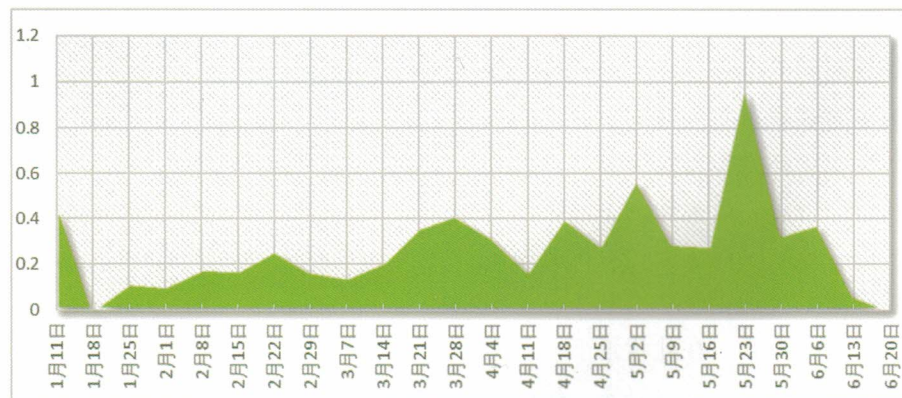
增新冠肺炎确诊病例,对于中国疫情报道再次出现峰值,中国政府如何应对首都出现聚集性疫情事件备受拉美媒体关注。

2. 中国疫情相关报道情感倾向分析

统计分析发现,涉及中国疫情报道的情感正、中、负指数平均值分别为22.98%、44.03%、32.99%,中性和客观报道、负面和批评报道占比较多,但正面报道亦不可忽视。负面报道反映了拉美国家对疫情的忧虑与警惕,以及对中国政府采取措施的质疑;中性报道主要是对事件的客观描述;正面报道主要反映了拉美国家对中国疫情防控效果的肯定。

从2020年1~6月每半月的文本情感整体趋势可知,情感值总体呈现上涨趋势,后期有所回落,说明有关中国疫情正面报道总体有所增加。从1月11日中国疫情暴发之初,报道情感值处于中等水平阶段,至2月22日疫情暴发的初级阶段,中国新冠肺炎病例不断增加,每日都有新增病例出现,故该时间段以负面报道为主,情感值处于很差水平;但可以看到的是情感值存在缓慢上升趋势,是因为中国

政府采取果断的强制管控,如1月23日武汉封城等措施,有效遏制了疫情大规模蔓延。2月23日至3月7日情感值又出现下跌趋势,该段时间中国的负面新闻不断增加,主要包括对中国政府对疫情来源持审慎态度的指责、对中国疫情数据的质疑、对疫情在全球蔓延扩散的警惕。3月8~28日情感值呈现上升趋势,从很差转向较差,该阶段中国疫情得到了有效控制,与之相反的是西方国家在疫情面前反应缓慢、力不从心,探讨学习中国治疗方案与防疫经验的报道相继出现,这都促进了该阶段情感值的提升,但仍存在拉美政客、商人辱华等负面报道的现象。3月29日后相关报道的情感值几经波折,整体处于较差等级。最先经历4月11日的低峰值,主要因为美国为首的西方国家对中国的指责和污蔑,但随后出现上升趋势,至5月初情感值转入中等级别,该时间段多国领导人请求中国援助抗疫物品和医疗设备,中国在全球疫情大流行中展现了大国担当、大爱无疆,多方援助各国等关键词至5月初达到峰值,有突破较差情感值等级的趋势。但在5月初至5月中旬,拉美

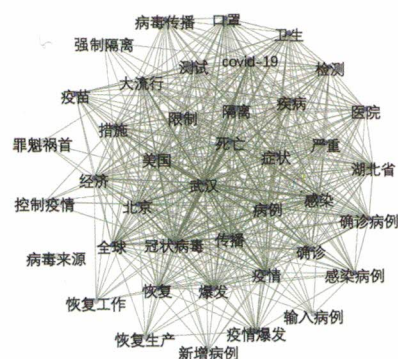


周情感变化趋势图

媒体又出现了对中国疫情信息不透明,世界卫生组织要求到中国调查冠状病毒起源的报道,情感值再度陷入较差等级。5月27日,正值中国两会期间,拉美媒体高度赞扬了在习近平总书记坚强领导下,中国在抗击疫情方面出色表现,认为中国政府应急能力与防控措施远远超过美国,该报道使情感值进入最高峰的很好级别。6月11日开始,聚集性感染突然在中国首都暴发,北京连续3天出现感染病例,并持续发酵,使报道情感值再度跌入谷底。

3. 涉中国疫情报道语义高频词汇

将报道文本输入网络语义ROST CM内容挖掘软件,在剔除相关性较小的词语后得到特征词的语义网络图。统计分析发现,中国疫情报道词联系较为紧密,一级核心高频词为“冠状病毒”“北京”“措施”“湖北省”“病例”等,说明报道对中国疫情的关注方面



高频词语义网络图

主要包括疫情严重区域、感染病例数量、防控措施等。围绕“冠状病毒”这一核心特征词有“严重”“暴发”“感染”“大流行”等,而围绕“措施”核心高频词有“隔离”“限制”“武汉”“检测”等,以“病例”为核心高频词包括“确诊病例”“感染”“传播”“症状”等。由此可见拉美报纸对中国疫情的报道词语多是对疫情客观现状的描述,主观针对性的负面词语较少。

4. 中国疫情报道话题主题构建

高频词语义网络图并不能有效反映拉美报刊对中国疫情报道

的具体主题。基于此,根据时间序列构建话题模型,对报道文本内容进行深度挖掘,得到2020年1~6月中国疫情报道主要话题分布情况(表1)。

新冠肺炎疫情在中国暴发之初,有关报道话题较少,主要为对疫情暴发和死亡人数的客观报道,也有对病毒即将蔓延的担忧。2月开始多方关注中国疫情,包括中国新冠肺炎例数和死亡人数、中国的严格防控措施与治疗方案、调查中国是否是病毒来源、中国改变冠状病毒说法等。3月中国疫情增长有所遏制,而全球却开始了大流行,该阶段既有质疑中国疫情公开数据、认为中国经济萎缩的负面话题,也有认为中国在抗击疫情中发挥了正面作用、减缓全球传播速度的正面报道。4月的报道仍是好坏参半,既有对中国向拉美地区援助医疗物资和设备、中国经济逐渐复苏的话题,又有对中美竞争、中国进行“口罩外交”、国内疫情信

表1 中国疫情报道话题分布

	1月	2月	3月	4月	5月	6月
Topic 1	中国暴发新型冠状病毒肺炎	新冠病毒死亡人数	全球病例增长	口罩外交	中国恢复正常	北京极其严重
Topic 2	新冠病毒死亡人数	隔离冠状病毒患者	质疑中国数据	援助医疗用品和设备	加快新冠病毒疫苗生产	北京再发新病例
Topic 3	病毒威胁世界	病毒检测试剂	中国经济萎缩	中国经济复苏	中国经住了疫情考验	合作研发冠状病毒疫苗
Topic 4	武汉封城	强制隔离的严格防控措施	中国软实力	中美竞争	调查病毒来源	来源食品市场
Topic 5	强制隔离	调查病毒来源	减缓全球传播速度	中国缺乏透明度	中国抗疫经验	中国在全球疫情中的责任
Topic 6	病毒传播方式	中国改变冠状病毒说法	中国抗击冠状病毒	冠状病毒来源于武汉实验室	部分国家提出对中国追责问题	海鲜出口中国市场

息缺乏透明度、隐瞒病毒来源的质疑。5月多是正面与合作话题，包括中国恢复正常、中国在抗疫过程中积累的经验和做法、加快合作研发新冠病毒疫苗，也有世界卫生组织要求调查病毒来源的客观话题。6月最重要的话题是北京出现聚集性感染事件，该事件导致了疫情的反复，经调查病毒来源于食品市场，合作研发新冠病毒疫苗进程加快、中国应在全球疫情中承担责任的话题也备受关注。

通过对2020年1~6月拉美媒体涉中国疫情报道话题内容的系统梳理，可以发现沿着时间脉络，呈现3个主题性内容：“病毒来源不清，中国信息不透明”“严格防控措施，中国治疗方案可行”“积极对外援助，中国实行口罩外交”。

报道话题主题解读 与国家认知形象

国家形象是国家软实力的重要组成部分，一方面是指一个国家对自己形象的认知，另一方面是指别国民众所持有的对某个国家在情感和印象上的态度与认知，可以体现一个国家的综合实力与影响力。在社会化媒体环境中，国家形象由客观形象、媒体中所展现出的形象和主观形象3部分构成。三者之间存在相互关联的结构关系。媒体中所展现出的形象和国家主观形象建构出了在民众眼中对这个国家的客观形象。而在他国民众眼中这个国家的客观形象，也是分辨一个国家“好”与“坏”的最直观的标准。

1. 关于病毒来源不清、中国信息不透明与“神秘的东方大国”的认知形象

拉美报刊对于病毒来源与中国信息透明度的报道一直是热点议题。这类议题报道共1512篇，占报道总数的25.6%。

中国驱逐了发表带有偏见和“种族歧视”报道的美国记者，中国外交部新闻发言认为其报道不负责任，全盘否定了中国政府和人民抗击新冠肺炎疫情这一流行病的努力。更为恶劣的是巴西总统博索纳罗之子、联邦众议员爱德华多·博索纳罗公然发表声明指责中国应对冠状病毒大流行负责，将此案与前苏联切尔诺贝利核事故相提并论，一度引发了中巴外交危机，中国政府强烈反驳了该声明。随着巴西众议院议长向中国致歉，这一外交事件得到了有效解决。

拉美报刊受西方媒体大肆渲染抹黑中国的影响，向受众塑造了一个较差的中国国家形象。外界质疑中国感染病例数和死亡人数数据，更是没有依据的。事实上，中国及时公开透明举办千余场疫情新闻发布会，积极与外界交流疫情传播现状与防控措施。基于拉美媒体对1~2月中国疫情报道的传播，“神秘的东方大国”，成为拉美民众的中国认知形象。

2. 关于严密防控措施、中国治疗方案可行与“有能力的东方大国”的认知形象

拉美报刊对于中国治疗方案和防控措施也较为关注，这类议题报道共1109篇，占报道总数的18.77%。

最初拉美媒体对于中国的抗

疫模式和治疗模式存在质疑的态度，但随着疫情在全球肆虐，中国疫情却得到了有效遏制，外界开始反思和学习借鉴中国成功抗击新冠肺炎疫情经验。第一个关键措施为湖北采取隔离与检疫措施。这是政府采取最正确和勇敢的措施，因为在中国春节假期前夕，这是史无前例的。另一项关键措施是在紧急情况下以惊人的速度建成雷神山和火神山2所大型抗疫医院，展示出了中国政府高效的决策力、执行力和中国速度。大规模的挨家挨户检测，获取了更精确的感染和密切接触者数据。高效的反应速度得益于中国治理模式本身。作为中国共产党集中统一领导下的社会主义国家，可以通过各级管理组织，监测受疫情影响的城市每个街道甚至到每个社区，以便做出更精准的快速决策。

国外预测中国在疫情之下经济 and 工业会快速萎缩，但是随着疫情迅速得到有效控制，中国快速迎来了复工复产潮，各省市陆续解除限制措施，恢复社会和经济秩序。作为首先遭受严重疫情的国家，中国政府迅速带领全国人民把打赢疫情防控阻击战提升到一场人民战争高度。在此期间，中国人民的创举不断涌现：健康码、高科技监控工具、数字平台辅助追踪感染病例和密切接触者，也衍生出了“云会议”“远程办公”等热门应用。

面对突如其来的新冠肺炎，从全国最大的城市到最小的村庄，在全国范围内严格执行、全面实施“全民抗疫”的机制。从国家领导人到平民百姓，14亿中国人都戴上了口罩，使出行减少到最低限度。10来天内就建成了火神山和雷神山医

院，全国各地一批批医务和技术人员驰援湖北和武汉。拉美媒体报道：所有这一切只能在中国发生，他们整个国家都在致力于高效抗击新冠病毒。在美国，我们看到的是总统与国会、州长与媒体之间、共和党与民主党之间、联邦政府与州政府之间的无尽“责备游戏”。美国国内政策意味着世界上最大的强国几个月来一直未能制定出有效抗击流行病的政策。

基于拉美媒体对3~4月中国疫情报道、中国抗疫模式和治疗模式、中国复工复产的传播，“有能力的东方大国”成为拉美民众的中国认知形象。

3. 关于积极对外援助、中国实行口罩外交与“人道主义的、有责任心的”东方大国的认知形象

在疫情全球大流行期间，拉美报刊也在展示中国正面形象，对疫情严重国家和地区进行人道主义援助，捐赠口罩等医疗物资和设备，西方政客称之为“口罩外交”。这类议题的报道共776篇，占报道总数的13.14%。

疫情肆虐之下，许多国家和地区向中国寻求帮助以抗击疫情，包括口罩、呼吸机、检测试剂盒等医疗设备与物资。中国政府、企业和慈善组织通过运送口罩和呼吸器等医疗用品和设备，与80多个国家进行了合作。当时的报道：在拉丁美洲，这种援助已经运抵或正在运抵巴西、墨西哥、玻利维亚、阿根廷、厄瓜多尔、委内瑞拉、秘鲁、智利、乌拉圭和巴拿马。世界上最大的互联网商业公司之一的马云基金会和阿里巴巴基金会向墨西哥捐赠了10万只口罩、5万个测试包和5个

呼吸器。中国政府已确认向乌拉圭捐赠了15万只口罩、2万个检测包和5个呼吸器。玻利维亚在埃尔阿尔托机场举行的交接仪式上收到了阿里巴巴的10万只口罩、2万套测试包和5台呼吸器。中国以“口罩外交”为动力，填补美国留下的“空白”，其目标是扩大与新大陆的经贸往来。中国在这一流行病相关的工业转型过程中，创造了巨大的产能。也有报道认为由于中国政府通过严格措施控制住了疫情的大面积蔓延和传播，并采取了密集的宣传和公关行动，将控制疫情作为软实力武器，展现全球强国地位。通过对外大规模援助医疗用品和派遣专业医护人员，为意大利等疫情严重国家建立庞大的人道主义援助系统，向其它国家提供最新的新冠肺炎诊疗方案以及防控计划，以突出卫生超级大国的地位，增强其全球影响力。

新冠病毒是全人类共同的敌人，在中国新冠肺炎疫情最严重的时候，国际社会曾提供过政治支持和物资捐助，如今中国疫情有所缓解，向遭受疫情的国家伸出援助之手，很多中方对外提供的援助物资都写有寄语，既有“千里同好，坚于金石”等中国古语，“道不远人，人无异国”等韩国诗句，也有“我们是同海之浪，同树之叶，同园之花”等意大利哲学家名言，表达了中国人民与世界各国人民加强抗击疫情国际合作、共建人类卫生共同体和人类命运共同体的心声。

基于拉美媒体对5~6月间涉中国疫情报道、多国向中国寻求帮助以抗击疫情、中国捐赠口罩、医疗物资和设备的传播，“人道主义

的、有责任心的东方大国”，成为拉美民众的中国认知形象。

一般来说，国家形象可分为“自塑”和“他塑”2个层面。从他塑的角度来说，现代传媒以其特有的海量信息集散特性、议程设置、公众舆论引导等功能，在全球信息环境中培养并影响着国际公众对他国形象的认知与态度，从而形成有利于本国利益的国际关系与互动行为。拉美国家主流报刊有关中国新冠肺炎疫情的报道也服务于其本国利益。通过分析2020年1~6月拉美地区5家主流报刊有关中国疫情报道，可以发现：拉美报刊对于中国国家形象的认知与情感虽出现几次波折，但总体相对客观积极，整体上向着“有能力的、有责任心的东方大国”的形象发展。这种“有能力的、有责任心的东方大国”的认知形象与西方媒体眼中“不透明的、发展与威胁并存的东方大国”的国家形象存在一定的差异。这种差异的形成主要是由于国家之间的政治经济关系等原因决定的。在中国对拉美国家进行医疗物资、设备援助之后，中拉关系达到了前所未有的高度。与此同时，不可否认的是，由于国际势力相互制衡、地区和国内矛盾错综复杂且发展不平衡，拉美主流报刊在对中国疫情报道中难免存在诸多偏见和批判。这也需要我国在和拉美地区人文交流中高度重视，理性的对待，用发展的眼光去面对。

（周汝光，江苏师范大学校长，“中拉人文交流研究基地”主任；沈山，江苏师范大学教授，“一带一路”研究院、人文社会科学研究院副院长）