

**Autumn 2013**



# 亚洲研究动态

**Asia Research Network**

September No.22

2013年9月 第二十二期



## 亚洲研究动态 Asia Research Network

第 22 期  
2013 年 9 月

主编：郭棲庆 赵宗锋  
编辑：王惠英  
设计：大达期刊设计公司  
E-mail: icwar@bfsu.edu.cn  
电话：86-10-88813845  
传真：86-10-88813842  
地址：中国，北京市海淀区西三环北路 2 号，  
北京外国语大学  
世界亚洲研究信息中心，100089

### 出版人

朴仁国 韩国高等教育财团事务总长  
杨学义 北京外国语大学校务委员会主任

### 编委会顾问

王恩哥 北京大学校长  
陈吉宁 清华大学校长  
李 扬 中国社会科学院副院长  
陈雨露 中国人民大学校长  
杨玉良 复旦大学校长  
龚 克 南开大学校长  
杨学义 北京外国语大学校务委员会主任  
苏志武 中国传媒大学校长  
程 伟 辽宁大学校长  
朴永浩 延边大学校长  
金德水 浙江大学校务委员会主任  
Mai Trong Nhuan 越南国立大学校长  
Pirom Kamol-Ratanakul 泰国朱拉隆功大学校长  
Khlol Thyda 柬埔寨皇家学院院长  
Soukkongseng Saignaleuth 老挝国立大学校长  
Tserensodnom Gantsog 蒙古国立大学亚洲研究中心理事长  
Tin Tun 缅甸仰光大学校长

### 编辑委员会

吴志攀 北京大学亚太研究院院长  
王孙禺 清华大学亚洲研究中心主任  
周云帆 中国社会科学院亚洲研究中心主任  
伊志宏 中国人民大学亚洲研究中心主任  
金光耀 复旦大学亚洲研究中心主任  
杨 龙 南开大学亚洲研究中心主任  
金 莉 北京外国语大学世界亚洲研究信息中心常务副主任  
丁俊杰 中国传媒大学亚洲传媒研究中心主任  
陆杰荣 辽宁大学亚洲研究中心主任  
金强一 延边大学亚洲研究中心主任  
罗卫东 浙江大学亚洲研究中心主任  
Bouadam Sengkhamkhoutlavong 老挝国立大学亚洲研究中心主任  
Kyaw Naing 缅甸仰光大学亚洲研究中心主任  
Prapin Manomaivibool 泰国朱拉隆功大学亚洲研究中心主任  
Chimed Ganzorig 蒙古国立大学亚洲研究中心主任  
Sum Chhum Bun 柬埔寨皇家学院亚洲研究中心主任  
Nguyen Thi Anh Thu 越南国立大学亚洲研究中心主任  
张西平 北京外国语大学中国海外汉学研究中心主任  
郭棲庆 北京外国语大学世界语言与文化研究中心执行主任  
兼世界亚洲研究信息中心副主任  
赵宗锋 北京外国语大学世界亚洲研究信息中心执行副主任

# CONTENTS

## 目录



### P.02

→ 2013年7月30日至8月1日，第九届国内亚洲研究中心主任联席会议在延安举行。本届会议由中国人民大学与韩国高等教育财团共同主办，延安大学协办。



### P.05

→ 7月23日，世界亚洲研究信息中心2013年度理事会会议暨亚洲研究学术信息数据库开通仪式在北京外国语大学行政楼507会议室举行。

## 特稿

- 02 第九届国内亚洲研究中心主任联席会议在延安举行
- 05 世界亚洲研究信息中心2013年度理事会会议暨亚洲研究学术信息数据库开通仪式举行
- 07 文明的和谐与共同繁荣：从愿景到实践——北京论坛创办十年发展回顾

## 学术活动

- 21 “跨文化视野下的东亚文化传统”系列学术讲座连续举办三场

## 研究进展

- 23 国家形象宣传片中的文化形象分析：以马来西亚为例
- 29 印度企业在美国的并购及其对中国企业海外并购的启示



## 第九届国内亚洲研究中心主任联席会议 在延安举行

2013年7月30日至8月1日，第九届国内亚洲研究中心主任联席会议在延安举行。本届会议由中国人民大学与韩国高等教育财团共同主办，延安大学协办。来自韩国高等教育财团，国内11所亚洲研究中心、上海论坛以及延安大学的代表共50余人参加了会议。本届会议以“亚洲研究的下一个十年”为主题，与会代表就亚洲研究的创新与发展进行了深入探讨。

7月31日，第九届国内亚洲研究中心主

任联席会议开幕式举行。韩国高等教育财团事务总长朴仁国、中国人民大学校长陈雨露、延安大学党委书记王亚杰、北京外国语大学党委书记杨学义、北京大学常务副校长吴志攀、清华大学亚洲研究中心副理事长胡显章、浙江大学副校长罗卫东、南开大学副校长朱光磊、辽宁大学副校长陆杰荣、延边大学副校长崔炯谟、延安大学副校长张威虎等出席开幕式。开幕式由中国人民大学副校长伊志宏主持。



朴仁国

中国人民大学校长陈雨露、韩国高等教育财团事务总长朴仁国、延安大学党委书记王亚杰先后在开幕式上致辞。

陈雨露校长代表中国人民大学向出席会议的各位代表表示欢迎，向给予会议大力支持的韩国高等教育财团和延安大学表示感谢。陈雨露校长指出，亚洲研究中心十年的成功实践充分证明，亚洲研究事业具有广阔的发展前景。中国人民大学一贯重视亚洲问题的研究，并积极参与亚洲的交流合作。学校将继续以人文社会科学领域的优势学科为依托，努力与兄弟院校共同探索中国特色新型智库的建设，在中国以及亚洲问题的服务决策、引领思潮、促进创新等方面发挥更大作用。

朴仁国总长在致辞中表示，自2000年至今，韩国高等教育财团已在中国11所高校成立了亚洲研究中心，共同开展了多项学术交流与合作，

为亚洲研究领域的学术发展和中韩两国的民间交流作出了积极贡献。他希望各中心以此次联席会议为契机，交流经验、共享成果、积极探讨，进一步扩大合作领域，深化合作内容，共同提高亚洲研究水平，推动亚洲研究繁荣发展。

王亚杰书记在致辞中介绍了延安大学的历史传统和现状，表示此次会议的召开为实践延安大学国际化办学理念搭建了一个重要的高端平台，对于推动延安大学进一步发挥文化传承与创新功能，提升高等教育水平，具有重要而深远的意义。他希望本届会议所产生的思想内涵和学术价值，将助力于中国的亚洲研究进程，为今后亚洲研究的创新和发展开启新篇章。

中国人民大学科研处处长、社会与人口学院杜鹏教授与中国人民大学国际关系学院黄大慧教授分别在会上作了题为《中国人口老龄化与老年人状况》和《中日关系的结构性变化及





其影响》的学术报告。

来自中国人民大学、北京大学、清华大学、北京外国语大学、复旦大学、浙江大学、南开大学、中国传媒大学、中国社会科学院、辽宁大学等 11 所亚洲研究中心和上海论坛的代表在中心主任圆桌会议上先后作了工作报告，介绍、总结了各中心的工作成果与特色。与会代表还就下一个十年，各中心如何加强交流与合作，进一步推动亚洲研究的学术创新进行了深入的探讨。

大会闭幕式上，韩国高等教育财团事务总长朴仁国作总结发言，对本次会议给予了高度评价，对各中心的工作成果给予了充分肯定。

他指出，经过多年的发展，国内 11 所高校亚洲研究中心的研究领域已经渗透于亚洲事务的各个方面，在众多研究领域成为领军者。在全球化时代，希望各中心充分发挥各自的学科优势与特色，积极借助媒体的力量，实现资源共享与深度交流，进一步提升亚洲研究的水平与影响力。

会议决定第十届国内亚洲研究中心主任联席会议将由辽宁大学主办。

世界亚洲研究信息中心摘编

# 世界亚洲研究信息中心 2013 年度理事会会议暨亚洲研究学术 信息数据库开通仪式举行



7月23日，世界亚洲研究信息中心2013年度理事会会议暨亚洲研究学术信息数据库开通仪式在北京外国语大学行政楼507会议室举行。北京外国语大学党委书记、世界亚洲研究信息中心理事长兼主任杨学义，韩国高等教育财团事务总长朴仁国，理事郭棲庆、李又文、张西平、张晓慧、赵宗锋，韩国高等教育财团IT部部长曹玲準、国际学术部部长康泰硕、《亚洲研究动态》(Asia Research Network) 英文版主编李明镇、项目官员尹淙铉出席了会议。中心部分学术委员会委员白滔、李永辉、邵建国、

魏崇新、薛庆国以及校办副主任汤哲远、亚非学院韩语系教授苗春梅、中国海外汉学研究中心“中国文化海外传播动态数据库”技术总监李明炎、北京世纪超星信息技术发展有限责任公司项目经理杨彦琦应邀出席了会议。会议由世界亚洲研究信息中心执行副主任赵宗锋主持。

中心理事长杨学义教授致欢迎辞，代表北京外国语大学和世界亚洲研究信息中心向出席中心2013年度理事会会议暨亚洲研究学术信息数据库开通仪式的朴仁国总长一行表示热烈欢迎和诚挚的谢意。世界语言与文化研究中心





执行主任兼世界亚洲研究信息中心副主任郭棲庆教授作了题为《开端良好 任重道远：亚洲研究信息平台的建设与发展》的工作报告，简要总结了自上届理事会会议以来中心的主要工作，重点汇报了“亚洲研究学术信息数据库”的首期建设情况，介绍了数据库的定位、建设宗旨、建设内容、数据来源，着重强调了数据库未来建设任务的重要性、长期性、复杂性。中心学术秘书王惠英介绍并演示了“亚洲研究学术信息数据库”门户网站的使用方法。

随后，杨学义理事长与朴仁国总长共同启动了“亚洲研究学术信息数据库”开通按钮，标志着“亚洲研究学术信息数据库”在公网上正式开通运行。

朴仁国总长在发言中首先对“亚洲研究学术信息数据库”的开通表示祝贺，对中心一年来开展的各项工作表示满意。他高度肯定了数据库的首期建设成果，认为数据库的开通运行对世界亚洲研究意义重大。他希望中心做好数据库的宣传与推广工作，在数据库的未来建设中，能够在视频功能开发、多语种信息建设、

增设门户网站使用平台英文界面等方面有所突破，通过“亚洲研究学术信息数据库”这一平台，实现财团与财团资助的国内外 17 个亚洲研究中心及北京论坛、上海论坛之间的学术资源共享。

杨学义理事长在总结发言中表示，“亚洲研究学术信息数据库”能顺利开通离不开中心全体同仁的努力与奉献，前期建设取得阶段性成果，效果良好。他希望在数据库的未来建设中，中心能加强与财团、其他兄弟亚研中心，以及校内各院系部处的合作，借鉴国内外成功数据库的建设经验，不断完善数据库功能，将“亚洲研究学术信息数据库”建设成为亚洲研究领域信息数量大、学术含量高、数据更新快、检索便捷的专业学术数据库，为全球亚洲研究的繁荣发展作出贡献。

与会理事充分肯定了中心一年来的工作成绩，审议并通过了中心工作报告，围绕数据库的未来建设进行了讨论并提出了建设性建议。

“亚洲研究学术信息数据库”（Asia Research Academic Information Databank）是世界亚洲研究信息中心与北京世纪超星信息技术发展有限责任公司合作开发创建的一个以“亚洲研究”为主题的集信息收集、整理、汇总、展示、检索为一体的专题性数据库，主要为亚洲研究领域的专家学者提供人文社会学科领域属于亚洲研究范畴的图书、期刊、期刊论文、会议论文、科研机构、专家学者等中外文信息服务。

“亚洲研究学术信息数据库”网址：  
<http://202.204.132.184/homepage.jsp>。

世界亚洲研究信息中心





## 文明的和谐与共同繁荣：从愿景到实践 ——北京论坛创办十年发展回顾

谷雪<sup>1</sup> / 北京论坛秘书处

北京论坛由北京大学、韩国高等教育财团和北京市教委联合创办于2004年，以“文明的和谐与共同繁荣”为总主题，每年举办一次年会，致力于推动全球重大人文社会科学问题的研究，促进世界的学术发展和社会进步，推动文明对话与和谐发展，为全人类的共同繁荣做出贡献。

2013年是北京论坛创办十周年，迄今已有来自世界70多个国家和地区的4000多位名流政要和知名学者参加了这一学术盛会。北京论

坛是目前北京大学主办的持续时间最长、规模最大、影响力最广的国际性论坛之一。

历经十年发展，北京论坛有哪些收获、思考与心得？面向下一个十年，北京论坛又将如何坚守最初的理想和实现更高的目标？本文试图对北京论坛十年的发展做一初步回顾，以挖掘北京论坛的价值内涵，厘清北京论坛的发展理路，规划北京论坛的发展方向。

<sup>1</sup> 谷雪，管理学博士，现任北京论坛秘书处常务副秘书长。

## 一、理想与信念：主题的高远与十年的坚守

北京论坛是一个坚守理想和信念的论坛。

十年前，北京论坛的创办者经过审慎思考，将论坛总主题确定为“文明的和谐与共同繁荣”，实践证明是极富远见的。经过十年的发展，虽然国际国内形势和学术研究热点均发生了很大变化，但关于“文明和谐”的探讨却始终没有淡出人们的视线，反而愈发清晰和凸显，成为全球官产学研媒等各界所共同关心的核心议题，追求和谐，已经成为这个时代最鲜明的标志和最普遍的共识。

作为率先高举和谐大旗、倡导共同繁荣的一群学者，北京论坛的发起人和创办者体现出了敏锐的历史洞察力和过人的学术勇气，而北京论坛对这一主题的十年坚守和四千多位全球知名学者围绕这一主题展开的持续研讨，是对论坛创办者当初睿智决策的最好回应与肯定。

北京论坛所倡导的和谐理念，并非简单的无冲突、不悖行，而更加强调不同文明间的相互交融和促进，以最终实现共同繁荣的伟大理想。费孝通先生提出的“各美其美，美人之美，美美与共，天下大同”<sup>1</sup>是对北京论坛主题的最好解释，也充分彰显了东方学人对世界文明发展的独特视角：首先，摒弃狭隘的自我中心主义和固有偏见，推动交融而非竞争，倡导理解而非冲突，增进信任而非猜忌；其次，倡导理性的“文化自觉，明确主张选优汰劣。但要淘汰的，应是各个国家和民族的文化中的负面劣质，而绝不是淘汰那些目前暂时落后的国家和民族的

文化；要选择的，应是各个国家和民族的文化中的优秀部分，而绝不是对着某一个国家、某一种文化顶礼膜拜。”<sup>2</sup>

北京论坛尊重文明的多样性，但从不隐晦自身对东方文明的重视和推崇，因为在过去的两个世纪中，西方文明及其思维模式在世界秩序的制定和文明格局的构建中发挥了主导性的作用，包括东方文明在内的其他文明不断处于被怀疑和否定的地位。全球化被西方化（乃至美国化）所代替，多样性被一元化所置换，文明在相互审视间充满了“傲慢与偏见”。今天我们对东方文明的推崇和倡导，在某种意义上是对世界文明格局的平衡和重构，在相互尊重的前提下重新发现和肯定东方文明的价值内涵，“扭转过去用西方文明的眼光审度我们自身的迷惘，而是依靠东方的智慧，按照人本主义的原则重新解释新的 21 世纪”<sup>3</sup>，亦即“用东方的智慧解决世界的问题”。

“文明的和谐与共同繁荣”这一主题高屋建瓴、历久弥新，日益在全球学术界产生巨大的感召力和吸引力，成为 21 世纪初北京大学学者向世界喊出的最强音，集中体现了北大学者的历史使命感和全球引领意识，也高度彰显了北京论坛坚持自身理想和传播自身价值的重要意义。经过十年的研讨和发展，尽管其内涵日益丰富、外延不断拓展，但文明和谐的旗帜始终被毫不动摇地高擎，论坛最初的理想和信念也被届届传承、步步实现。

发表于 2004 年首届北京论坛的《北京宣

1 费孝通：《“美美与共”与人类文明》，发表于 2004 年首届北京论坛。

2 何方川：《21 世纪东亚文化建设与文化自觉》，北京论坛（2005）主旨报告。

3 金在烈：《凭借东方智慧，创造和谐世界》，光明日报，2005 年 11 月 15 日。

言》，提出了北京论坛学人的三大责任与使命：一是对人类命运、对人类社会中的困惑的无穷尽探索（解惑）；二是对人类社会进步经验、教训的不断总结（务实）；三是对隐藏在现象背后和深层的人类灵魂做出无止境的询问与回答（求真）。北京论坛的理想是化解矛盾、克服困难、和谐相处、共同繁荣，推动 21 世纪人类文明的进步。<sup>1</sup>

从北京论坛十年的发展历程来看，北京论坛的创办者、组织者和参与者很好地坚守了论坛创办之初的理想与信念，并通过多学科、多层次的持续研究和探索践行了自身的承诺和使命。

2012 年深冬的一个宁静夜晚，作为北京论坛系列高端讲座演讲嘉宾的哈佛大学迈克尔·桑德尔教授向坐在北京大学百周年纪念讲堂的 2000 多名观众提出了一个经典的问题：一个万物都明码标价的世界是否有错，在我们当前的社会里，金钱到底不能买什么？<sup>2</sup> 对这一问题的思考和回答同样也适用于探讨在这个全球范围内论坛如林的变革时代，一个论坛是成长壮大还是昙花一现的决定性因素到底是什么？从北京论坛的十年基本经验来看，答案在于它理想的高远和坚守的执着。

“人间缘何聚散，人间何有悲欢，但愿与君长相守，莫作昙花一现”<sup>3</sup>，这是在“北京论坛之夜（2010）——走进中国舞”中最受欢迎的节目女子群舞《踏歌》中反复吟唱的一句话，它传递了北京论坛对参会学者的美好祝愿，同



时也是和全球致力于推进文明和谐发展的学者们的共同约定。

## 二、历史反思与现实关怀之间的抉择与平衡

历届北京论坛的议题从总体上可以分为两类，一类是对历史的深刻反思，另一类是对现实的真切关怀。当然，部分议题也二者兼备。这一分类特征，在历届北京论坛的年度主题和分论坛主题均有体现。

北京论坛的年度主题，亦即每年北京论坛学人所共同关注的话题，总是在历史反思和现实关怀中徘徊与抉择。从近几年的年度主题选择来看，现实关怀的比重有所上升。

在“文明的和谐与共同繁荣”（2004）的总

1 《北京宣言》：北京论坛（2004），<http://www.beijingforum.org/html/folder/6-1.htm>，括号中的解释为笔者注。

2 迈克尔·桑德尔（Michael Sandel）：《金钱不能买什么：金钱与公正的正面交锋》，北京论坛系列高端演讲，2012 年 12 月 13 日。

3 冯颖：“北京论坛之夜：走进中国舞”，北大新闻网，2010 年 11 月 10 日。



主题下,有三届论坛集中从历史反思的层面展开讨论,分别为“对人类文明方式的思考”(2006)、“人类文明的多元发展模式”(2007)以及“文明的普遍价值和发展趋势”(2008);有四届北京论坛的年度主题更倾向于现实关怀,分别为“全球化视野中亚洲的机遇与发展”(2005)、“危机的挑战、反思与和谐发展”(2009)、“为了我们共同的家园:责任与行动”(2010)以及“新格局、新挑战、新思维、新机遇”(2012);还有两届的年度主题兼有历史反思和现实关怀的蕴涵,分别为“传统与现代、变革与转型”(2011)和即将举行的北京论坛(2013)年度主题“回顾与展望”(2013)。

北京论坛年度主题的产生,是全球数千位知名参会学者的集体智慧反复酝酿的结果,它体现了北京论坛学人对全球重大问题的关注角度和回应方式。北京论坛是一个旨在促进文明和谐与推动共同繁荣的论坛,所以它一方面要进行严肃而冷静的历史反思,另一方面也要为当下人类社会发展中面临的诸多现实问题提供解决思路,既不能以不问世事的清谈雅聚自居,也要避免沦为追新掠奇的杂烩俗聚,而要在冷静的历史反思与热切的现实关怀中寻找最佳的平衡点与合力方向,团结和凝聚各领域致力于推动文明和谐发展的“智者”<sup>1</sup>,摒弃庸俗浮躁,杜绝急功近利,冷静、理性而执着地走自己的路。

十年来,北京论坛累计举办了85个分论坛

(Panel)、10个专场(Special Panel)和5个高端对话(Dialogue),研讨场次(Session)超过700场,论坛收录的论文达2300多篇<sup>2</sup>,其内容几乎涵盖了所有北京大学的人文社科领域及部分自然和交叉学科。

如果我们以研究领域为标准,对这些分论坛议题进行大致归类,就会发现一条十年来各研究领域所关注、思考和研究的清晰理路。这些精挑细选、字斟句酌的分论坛议题,代表了十年来该学科领域意义最深远且引人注目的研究课题,也充分体现了北京论坛学人从诸多角度对如何促进文明和谐发展、推动共同繁荣的历史反思和现实关怀。

#### 哲学:

哲学对话与文化交流

全球化时代的东西方哲学对话

爱智与弘道:人文奥运的哲学基础

信仰与责任——全球化时代的精神反思

信仰与社会——全球化时代的精神反思

#### 历史:

多文化共存下的记忆与遗忘

历史变化:实际的、被表现的和想象的

文明的演进:近现代东方与西方的历史经验

传统与现代的国家建构与政治文化

危机与转机——对现实问题的历史反思

变与常:关于社会转型方式的历史思考

#### 教育:

国际视野中的教育与人类发展

1 刘伟、李岩松:《智者说——北京论坛名家演讲集(2004—2011)》;严军:《聆听智者——北京论坛名家访谈录(2004—2011)》,北京:北京大学出版社,2012年。

2 此处收录论文的篇数不含北京论坛(2013)将收到的论文。

国际化背景下的大学战略规划与战略管理

社会变革与大学发展

国际合作与大学发展

金融危机背景下的高等教育：对策与发展

变革时代的教育改革与教育研究：责任与

未来

教育传承与创新

民办教育与公共财政

世界经济变化中的教育发展：质量、公平  
与效率

高等教育的全球参与和知识共享

**艺术：**

全球化背景下艺术的传统与创新

艺术的超越与文明的发展

艺术传统与文化创新

**政治：**

多元文明与公共政策

和谐社会与治理机制

协商民主与社会和谐

**法律：**

法治文明的承继与融合

WTO：世界贸易组织·政府·企业

世界贸易组织与中国入世十年之发展

**语言与文化：**

文学艺术的对话与共生

多元文学文化的对话与共生

大众文化在亚洲：全球化、区域化和本土化  
世界格局中的中华文明

多元文明冲突与对话中语言的认同与流变  
化解危机的文化之道——东方智慧

世界格局变化中的国家发展与文化复兴  
文明的构建：语言的沟通与典籍的传播

地区合作与冲突：多元文化的视角

伊斯兰与儒家文明的对话——对 21 世纪人

类困境的回应

基督教与儒家文明的对话：生态与和平文化

轴心文明的对话

中美核心价值对话

**国际关系：**

多元文明与国际关系

全球化进程中的东亚与美国

世界政治变迁与文明的互动

危机影响下世界格局的变化与调整

全球治理与中国作用

变革与稳定：发展中国家的成就与挑战

构建新型大国关系：机遇与挑战

**经济与管理：**

全球化背景下的经营管理

全球化条件下东亚制造业的发展

构建和谐城乡关系

全球化趋势中企业的跨国发展战略与社会

责任

金融危机：挑战与应对

全球失衡及其治理机制

全球化背景下的经济增长：机遇、挑战和

方向

反思资本主义：后危机时代世界面临的挑战

全球经济新格局下的企业家责任

**考古学：**

东亚古代文化的交流

人类遗产对文明进步的启示

**信息与传媒：**

IT 产业与现代文明传播

全球传播、媒介与创意产业——对后工业

**文明的思考**

多元文化、和谐社会与可选择的现代性：

**新媒体与社会发展**

社会化媒体时代的创新与变革

**社会与人口：**

社会发展与文明对话

民族关系与宗教共处

人口与区域发展

人口发展的多元模式与健康保障

**公共卫生：**

公共卫生与和谐社会的建立

健康安全与保障——面对人类关注的健康问题

全民健康：医学的良知与承诺

**环境与生态：**

生态文明：环境、能源与社会进步

全球环境问题：政策与行动

中国与世界环境保护四十年：回顾、展望与创新

水与可持续文明

**城市：**

构建和谐的世界城市

城市转型与人类未来

世界城市精神传承——经验与创新

城镇化——可持续发展规划与多样性

**体育：**

奥林匹克运动与人类文明的和谐发展——多元文化的碰撞和融合

**奥林匹克精神与世界和谐****青年：**

挑战、责任、理想：我们是世界的青年

文化传承、创新、发展：青年的责任与行动  
面对变革的时代：青年的视角

保护的新希望

北京论坛学人在历史反思与现实关怀间的平衡与抉择，并非犹豫纠结、踟躇不前，而是对自身责任（解惑、求真、务实）的认同与履行，即用理性而科学的态度面对变革的时代，用逻辑而前瞻的思维分析纷繁的世界，不空洞无物，不无病呻吟，在宽广宏大的历史背景下关心具体的技术进步、社会变革和人类福祉，成为这个“新轴心时代”<sup>1</sup>的“仁人”与“智士”。

**三、把握话语权：发出北大学者的声音**

论坛，在古罗马时代是指公共集会的场所，而在现代是指一个针对特定议题供人们交流观点和思想的场所<sup>2</sup>，抑或是对公众发表议论的地方<sup>3</sup>。在上述对“论坛”的定义中，除了其物化的场所或平台特征外，最重要的概念要素在于“交流思想”和“发表观点”，交流的前提在于发表，发表的目的在于传播和交流。

毋庸置疑，现代意义上的自然科学、社会科学乃至人文领域，其基本概念、主要理论、重要思潮，大多发端或兴起于西方，西学东渐之影响、欧风美雨之吹沐已经超过了两个多世纪。时至今日，各学科领域之学术体系的建立、

1 关于新轴心时代的论述，见汤一介：《“文明的冲突”与“文明的共存”》，北京论坛（2004）主旨报告。

2 见商务印书馆、牛津大学出版社：《牛津高阶英汉双解词典》第6版，“forum”词条。

3 见商务印书馆：《新华词典》2001年修订版，“论坛”词条。





评价标准的确定、发展方向之引领，西方仍占很大优势，全球学术界的话语主导权依然主要在西方。这并非妄自菲薄，而是人类文明发展历程的一个特定阶段，所有摒弃夜郎自大幻想、持有实事求是态度的人都不会否认这种发展的差距和西方文明对当代世界的巨大影响。

在承认差距的前提下，我们需要缩小这种发展的差距和不平衡，这依赖于东西方文明的对话和学科的交流，世界需要听到东方的声音，北大学者在这一重要的历史契机面前责无旁贷。作为北京大学主办的国际论坛，北大学者是北京论坛的东道主，所以他们不但有乐见“朋自远方来”的热情与气度，更有主动设定题域、率先直抒胸臆的自信和权利。北京论坛为北大

学者提供了把握学术话语权的平台，创造了让世界聆听东方的机会。

十年来，北京论坛学术委员会每年均遴选和邀请一位北京大学的知名学者在开幕式上发表主旨演讲，向全世界展示北大学者的情怀、体现北大学者的关注、发出北大学者的声音。对每位担当北京论坛主旨发言人的北大学者而言，这是一种荣誉，也意味着一种责任，因为他们集中代表和体现了当代北大学人的学术水准和精神魅力。

在2004年首届北京论坛上，汤一介先生在他题为《文明的冲突与文明的共存》的主旨报告中指出：我们回到“传统”，以“传统”为起点，并从“传统”中找寻力量、找寻支点，以推进我们文化的发展，来解决当前人类社会存在的问题，从这个意义上说，二十一世纪也许将由有着很长历史文化传统的欧美文化、东亚文化、南亚文化、伊斯兰文化等推动人类社会进入再次回顾公元二千五百年前那个轴心时代的一个“新的轴心时代”。

中国文化中的儒道两家可以为化解文明的冲突，并能为“文明的共存”提供有意义的资源。我相信，在各民族、各国家的文化中同样可以为化解“文明的冲突”，并能为“文明的共存”提供有价值的资源。在人类文明进入到21世纪之时，是用“文明冲突”的理论来处理各民族、各国家之间的问题，还是用“文明共存”的理论来引导人类社会走向和平共处，这是我们当前必须认真考虑和慎重选择的问题。反对“文明冲突”论，倡导“文明共存”论，这无疑是人类社会的福祉。

2005年，何方川先生在他题为《21世纪



《东亚文化建设与文化自觉》的主旨报告中指出：21 世纪中华民族伟大复兴所需要的，是一种有别于简单的儒家复兴的、全新的文化体系。这一文化体系，以包容、大度、高远为特征。它的内容大致由三个部分组成：儒学文化、西方文化以及于中国和西方以外的世界各民族的文化中的若干优质部件与内涵，精心、细致地挑选出来，加以时代性，社会性的改造，将其融入我们正在构建的新文化体系中。

世界各个国家和民族的文化的优质方面，应借着经济全球化的大潮而多元发展，在历史

长河中继续交融。这才是未来世界文化形成的唯一途径。也是我们东亚诸国在 21 世纪文化建设中应具备的文化自觉。

2006 年，袁行霈先生在他题为《中华文明的历史启示》的主旨报告中指出：中华文明的历史启示是“和平、和谐、包容、开明、革新、开放”，凡是大体上处于这种状况的时候，文明就繁荣发展，而当与之背离的时候，文明就会减慢发展的速度甚至停滞不前。

21 世纪的人类，可以运用大智慧，展现大手笔，在不同文明之间找到密切沟通之路，搭起畅通无阻之桥，以促成不同文明的和谐相处，以造就世界的永久和平。经济全球化与文化多元化，这就是我们对 21 世纪人类生存方式的正确选择。

2007 年，叶朗先生在他题为《中国传统文化中的生态意识》的主旨报告中指出：中国古代思想家认为：第一，“生”（创造生命）是宇宙的根本规律。因此，生就是“仁”，生就是善。第二，人与万物一体，都属于一个大生命世界。因此，人与万物是同类，是平等的。人没有权利把自己当作万物的主宰，“屈物之性以适吾性”，而应该对天地万物心心爱念，使万物都能按照它们的自然本性得到生存和发展，这就叫“各适其天”。第三，天地万物（包括人类在内），都包含有活泼的生命和生意，这是最值得观赏的。人们在这种观赏中，体验到人与万物一体的境界，从而得到极大的精神愉悦。这就是“仁者”的“乐”。第四，中国古代的许多文学艺术作品，充满了对天地间一切生命的爱，表明人与万物都属于一个大生命世界，生死与共，休戚相关。这就是“生态美”，也就是“人与万物

一体”之美。

这些内容，体现了当今全人类的普遍价值观念，极富现代意蕴。这些内容，既是民族的，又是全人类的；既是传统的，又是现代的。

在2008年第五届北京论坛上，王缉思教授做了题为《当代世界政治发展趋势与中国的全球角色》的主旨报告，他指出：当前世界政治的基本特点一是经济全球化的负面影响日益显现，非传统安全问题与发展不平衡现象日益突出；二是全球范围的宗教势力和形形色色的民族主义正在复苏；三是权力中心、财富中心和发展驱动力正在发生转移；第四也是最核心的特点是国际规则和秩序正在经历重大变革。

在日益错综复杂的世界政治中，中国将扮演四种角色：坚持可持续发展道路，促进各个文明之间的交融，保障国际格局的平稳过渡，倡导合理的国际规则和秩序。

2009年，周其仁教授在他题为《中国经济增长的基础》的主旨报告中指出：中国经济增长取得的令人瞩目的成就，为改革开放提供了一个无可更改的历史背书。正是改革开放大幅度降低了中国经济的制度成本，才使这个有着悠久文明历史的最大的发展中国家，成为增长最快的经济，并以自己的增长改变了全球经济格局。

改革激发了中国人发展经济的诱因，开放则降低了中国人的学习成本。结合起来，早已存在的要素低成本、改革开放显著降低了的制度费用、以及中国人力资本的迅速积累，共同成就了中国经济的综合成本竞争力。其中，大幅度降低制度成本是中国奇迹的真正秘密。

中国的改革并没有终结。无论对内还是对外，

中国的制度变迁都面临大量未完成的议题。当前，全球金融危机的冲击，给包括中国在内的全球经济增长带来前所未有的新考验，也要求中国积极参与全球经济秩序的重建。

2010年，潘文石教授在他题为《明智的伦理抉择是安全穿越生存瓶颈的唯一指南》中指出：无论人类的科学技术多发达，商业资本多富有，现代人至今仍承袭着晚期智人自私和眼光短浅的天性，通过繁殖与扩张迅速膨胀了自己的种群。在大肆掠夺地球上不可再生的资源和毁坏自然生态系统导致成千上万个物种灭绝的同时，自身也陷入了困境：正在穿越生存瓶颈。

30年来，我们投身到全人类共同关心的自然保护运动之中，促使我们最大的变化是，明白了“人类无法孤独地行走于天地之间，人类必须与万物众生同生共存”。我们所得到的最重要的启示是：现代人正在迅速觉醒，依靠明智的伦理抉择和科学技术的不断进步，人类可以为自己绘制出可持续生存的蓝图，并能够谨慎地在21世纪有限的时间内引导自身及其它物种走出瓶颈，保护地球上大部分的生物多样性和争取人类继续过上较好的生活是一个可以实现的目标。

2011年，林毅夫教授在他题为《21世纪全球多极增长格局中的中国经济发展和文化复兴》的主旨报告中指出：世界上的各个文明，各自有其不同的历史文化传统和核心伦理价值取向。文明的先进、落后、强势、弱势既然以经济为基础，中国在21世纪上半叶以快速的经济的发展而取得文化的复兴，其他属于不同文化体系的印度、巴西、印度尼西亚、俄罗斯、南非等新兴市场国家在多极增长世界中经济的快速发展，



也同样是他们各自所有的文化核心价值为基础，在先行的西方工业化国家及二次世界大战以后兴起的日本、韩国之后，实现的文明成就。

所以，21世纪迎来的不仅是中国以“仁”为核心伦理价值取向的中华文化的全面复兴，而且也将会是各个有着不同文明传统的国家，一起发展，共同繁荣，共济互补，相互辉映的世纪。

2012年，厉以宁先生做了题为《缩小城乡收入差距，促进社会安定和谐》的主旨报告，他指出：中国改革开放30多年来城乡收入差距总在不断扩大，这个趋势到现在还没有停下来。城乡收入差距的扩大是实现社会安定和谐的巨大障碍。城乡收入差距扩大的主要原因及应对措施有三条：

第一，物质资本、人力资本和社会资本这三种资本的结合创造了财富。目前中国城乡比较，三种资本中的任何一种资本都是城市占优势，农村居于劣势。

要改变这种状况，让农民持有物质资本，除了他自己在农业、畜牧业、多种经营中有资本积累而外，最主要的是要进行土地确权。让农民拥有人力资本，则教育资源配置一定要均衡化。让农民拥有社会资本，则要鼓励农民出来，让他们在市场中摸爬滚打，拼搏，创业。社会资本要靠自己去寻找，去积累。

第二，中国存在城乡分割的二元户籍制度：一次分配不足，二次分配却进一步扩大了这个差距。这显然是不合理的，所以要加快城乡社会保障一体化改革，要使得城乡教育、卫生、文化、公共服务经费趋向均衡配置。

第三，能人外迁和弱者沉淀，这是农村的现状。能人外迁后，愿意在外面长期工作的，听

其自愿；愿意回乡工作和创业的，要为他们创造更好的条件，让他们愿意回来。老弱病残留在农村，最好的办法是让他们把土地流转出去，因为他们自己种地，土地收益率太低，土地利用效率也太低。如果在土地流转的同时给他们安置，他们的收入肯定比自己种地还多。此外，社会救济也应跟上去。这是下一步缩小城乡收入差距需要考虑的问题。

这些引起广泛关注和巨大共鸣的主旨报告，是北京大学学者对关系到全人类共同福祉的重大政治、经济、社会、文化、历史、生态等问题的思考和探索，充分代表了当代北京大学学者的研究水准和实力，集中体现了东方学者的全球视野和学术情怀。这些气势磅礴的睿智文字和深邃思想，其学术意义和历史价值远非以十年的周期即可进行完整评价，每每读来，我们胸中的澎湃和心灵的震撼已充分说明了其经典地位。

十年来，有超过700人次的北京大学学者参加过北京论坛，在论坛上发表观点、交流互动，同时也体验着在燕园“主场”充当东道主欢迎全球同行的兴奋与快乐。“北京论坛学者”是所有这些北京大学教授共同的学术身份，就如同它也是其他3300余位全球知名学者的共同学术身份一样。

#### 四、北京论坛的品牌价值与精神财富

今天人们对于论坛的理解已经远远超出了古罗马时代的“公共集会的场所”，更加注重一个论坛所承载的内容价值和精神蕴涵，而对其发生地点和场所的关注则日益淡化，所以除了实体论坛，网上在线论坛蓬勃兴起，大量即时

信息和新鲜资讯充斥于各大网站论坛，由此衍生出大量基于技术平台的议题网络，是这个“世界被抹平”<sup>1</sup>时代最鲜明的特征之一。

与大量面貌模糊、内容同质的“扁平化”论坛不同，北京论坛并未随波逐流、人云亦云，而是始终强调和坚持自身的区位特征和主题特质，依托北京市和北京大学雄厚的学术底蕴，旗帜鲜明地以“文明的和谐与共同繁荣”为总主题展开多学科的深入研讨，担当“文明和谐”的倡导者、探索者和实践者。

北京论坛具有一定的“学院派”气质，因为“人们往往只是看到战争、武器、市场等现象的表面因素，而北京论坛的重要之处在于她着眼于寻找‘和谐’的社会和文化基础”<sup>2</sup>，北京论坛坚信“正确的价值观和精神力量是实现世界和平和繁荣的根本保障”<sup>3</sup>。在一个物质崇拜和浮躁欲望日益蔓延的变革时代，倡导和谐的文明观和共同繁荣的世界观显得尤为重要，它既是一种人文关怀，又是一种理性思考。

许嘉璐先生在北京论坛曾说，“不要以为我们学者论道对世界的局势影响不大，政治家们背后有经济学家，他们有他们决策的动机、目标和勇气，似乎学者说的话，只是在学者的沙龙里互相了解与欣赏……我想在座的各位学者，今天所发表的见解恐怕难以在全世界推广。但是我相信，今天大家的探索、切磋和越来越多的共识以及自己的真知灼见，一定会照亮人

类文明的前程，若干年后世界的现实将证明这一点”<sup>4</sup>。

纵观北京论坛十年的发展历程，其品牌价值和财富集中体现在对于“文明和谐”的深入思考和积极推动：北京论坛搭建了一个倡导文明和谐的高端对话平台，梳理了一条探索文明和谐发展的理性道路，凝聚了一批致力于推动文明和谐发展的“仁人”“智士”。

第一，北京论坛搭建了一个倡导文明和谐的高端对话平台。

北京论坛尊重文明的多样性，为多种文明的平等对话搭建平台，并致力于推动文明间的对话与交流。十年来，北京论坛邀请的嘉宾学者来自世界五大洲的70多个国家和地区，代表了不同的文明和文化类型，学者们从各自的文明视角和学科领域出发，就北京论坛所提出的关涉人类共同福祉的重大问题展开深入的研讨和对话，无论是会议实效还是象征意义都充分证明了北京论坛对促进世界文明和谐发展所做出的巨大努力和取得的丰硕成果。

有人曾将北京论坛比作“学术界的奥林匹克盛会”<sup>5</sup>，这一比喻是恰当的。因为“以互相了解、友谊、团结和公平竞争为核心的奥林匹克精神，是对真的呼唤、善的表达，它寻求国家和地区之间的合作，寻求人类身体、心理和意志的和谐发展，寻求不同文化的理解”<sup>6</sup>，如同现代奥运会为来自不同国家和地区的运动员

1 托马斯·弗里德曼著，何帆等译：《世界是平的：一部二十一世纪简史》，湖南科学技术出版社，2009年。

2 默罕·穆那辛何，2007年诺贝尔和平奖共同获得者、联合国政府间气候变化专门委员会副主席，发表于北京论坛（2008）。

3 托尼·布莱尔，英国前首相、北京论坛国际顾问团成员，北京论坛（2010）闭幕式特邀报告《全球化世界中的机遇与挑战》。

4 许嘉璐，中国全国人大副委员长，在北京论坛（2007）上的闭幕词，2007年11月4日。

5 赵凤桐，时任北京市副市长，在北京论坛（2006）开幕式上的致辞；又见钱联平，时任北京市教委副主任，在北京论坛（2007）欢迎招待会上的致辞。

6 参见北京论坛（2008）分论坛“体育：奥林匹克精神与世界和谐”主题说明。

提供了同台竞技、共同展示的平台一样，北京论坛为来自不同文明的学者提供了平等沟通、对话和交流的平台。

但北京论坛并不认为各文明间存在天然的割裂和冲突倾向，需要我们寻找途径努力弥合、避免冲突，相反，我们更倾向于一种“避免对当代世界作割裂式狭隘理解”的“全球文明”<sup>1</sup>，因为“在我们深远而辽阔的全球文明中存在着广泛的相互依赖性”，“这种全球思维引导我们走向对世界文明的兼容并包式的观点，而非对文明作相互隔离的割裂式的理解”<sup>2</sup>。

以2005年第二届北京论坛上美国哈佛大学杜维明教授和意大利都灵大学瓦提姆教授的“东西方文明的对话：定位、差异与和谐”为标志，北京论坛陆续组织了“伊斯兰与儒家文明的对话”（2009）、“基督教与儒家文明的对话”（2010）、“轴心文明对话”（2011）、“中美核心价值对话”（2011、2012）等一系列高端对话活动，参与对话活动的嘉宾包括：美国哈佛大学教授、北京大学高等人文研究院院长杜维明，美国乔治·华盛顿大学教授赛义德·侯赛因·纳瑟，德国图宾根大学荣休教授尤根·莫尔特曼，北京大学中国经济研究中心创始主任、世界银行高级副行长兼首席经济学家林毅夫，2007年诺贝尔经济学奖获得者罗杰·梅尔森，1996年诺贝尔经济学奖获得者詹姆斯·莫里斯，美国当代著名社会学家罗伯特·贝拉，斯坦福大学

知名教授弗朗西斯·福山等，这些对话活动在北京论坛的平台与框架内举行，但其影响和意义已经远远超出了论坛的范围，对话参与者也代表了当代世界范围内文明间对话的最高水准。

第二，北京论坛梳理了一条探索文明和谐发展的理性道路。

北京论坛是一个科学严谨的大型国际学术会议。对于如何推动“文明的和谐与共同繁荣”，十年来北京论坛从政治、经济、法学、文学、历史、哲学、社会学、教育、艺术、环境、城市（规划）、传媒、考古、医学等十多个学科领域出发，具体规划发展蓝图、寻求实现道路，面向全球学者开放的2300余篇北京论坛论文<sup>3</sup>和在北京论坛出版资助计划下出版的数十本文集、专著便是最好的印证。

如果我们将北京论坛的总主题“文明的和谐与共同繁荣”理解为“干”，那么历届论坛的每个分论坛及其分主题<sup>4</sup>就是“枝”，而每位参会学者的研究及其观点和论文就是“叶”，当北京论坛的“和谐之树”<sup>5</sup>拥有第十个年轮之际，它已经枝繁叶茂、开花结果了。无论我们是远观其干，近观其枝，抑或细观其叶，都拥有清晰的影像和脉络，而在整体上它们又共同构成一幅探索文明和谐发展的多学科全景图。

北京论坛不是清谈雅聚，对文明和谐与共同繁荣的探索并没有停留在口号标语或警句格言的层面，而是通过多学科、多领域（包括交

1 阿玛蒂亚·森，印度经济学家、1998年诺贝尔经济学奖获得者，《我们的全球文明》，北京论坛（2006）主旨报告。

2 同上。

3 历届北京论坛论文摘要可在中国期刊网（CNKI）重要会议数据库查询，部分重要学术论文也可在Elsevier旗下的Science Direct数据库查询。

4 可参见本文第二部分所列历年分论坛主题。

5 北京论坛的logo设计之一“天坛树”，亦取其意。



又学科和领域)的深入研究和持续探索,梳理了一条通向文明和谐发展盛景的理性道路,实现了从梦想到行动的转变,承担和履行了北京论坛学者“解惑、务实与求真”的三大责任。这条理性探索的道路虽不平坦,但绝对引人入胜。尽管不同学科领域使用不同的概念、方法和理论,在不同的方向和路径上摸索前行,但所有北京论坛学者都认同“文明的和谐与共同繁荣”的宗旨,并毫无保留地为之贡献自己的智慧与力量。

第三,北京论坛凝聚了一批致力于推动文明和谐发展的“仁人”“智士”。

在北京论坛(2011)的开幕式上,美国国家人文科学奖章获得者、美国伯克利加州大学荣休教授罗伯特·贝拉在他题为《骤变与不变:

爆炸式发展与永恒真理》的主旨报告的结尾中,引用了《论语·颜渊》的一段话来作为总结:

司马牛忧曰:“人皆有兄弟,我独亡。”子夏曰:“商闻之矣,死生有命,富贵在天。君子敬而无失,与人恭而有礼。四海之内皆兄弟也,君子何患乎无兄弟也?”

2500年前,孔子的弟子子夏自信地喊出“四海之内皆兄弟”、“君子何患无兄弟”<sup>1</sup>。“君子群而不党”,但为何却能“四海之内皆兄弟”?本质是由于君子都拥有崇高的理想,深深的忧患意识和责任意识,他们会团结在一起实践“为天地立心,为生民立命,为往圣继绝学,为万世开太平”的崇高理想和使命<sup>2</sup>。十年来,参加北京论坛的嘉宾学者累计超过4000人次,他们来自70多个国家和地区,分布在10多个学科

1 程郁缀:《古代交友之道与现代人际关系》,载《观察与思考》2012年第7期。

2 许智宏:北京论坛(2007)开幕致辞。



领域，代表了丰富的学术背景和文化特征，他们为共同的理想和信念走到一起，为推动文明的和谐与共同繁荣而不懈努力。

这其中，既包括联合国前秘书长安南、现任秘书长潘基文、美国前总统乔治·布什、英国前首相托尼·布莱尔、墨西哥前总统埃内斯托·塞迪略、泰国公主诗琳通、智利前总统埃德华多·弗雷、印度前总统卡拉姆、韩国前总理卢在凤、澳大利亚总理陆克文、美国前贸易代表查琳·巴尔舍夫斯基等国外政要；也包括中国全国人大常委会副委员长严隽琪，全国人大常委会前副委员长许嘉璐、周铁农、蒋树声，全国政协副主席韩启德，全国政协前副主席罗豪才，国务院前副总理钱其琛，原国务委员刘延东等中国国家领导人；更包括1972年诺贝尔奖得主肯尼斯·约瑟夫·阿罗、1993年诺贝尔奖得主道格拉斯·诺斯、1998年诺贝尔奖得主阿玛提亚·森、1999年诺贝尔奖得主罗伯特·蒙代尔、2007年诺贝尔奖获得者罗杰·梅尔森、美国国家人文科学奖章获得者罗伯特·贝拉、世界伦理基金会主席孔汉思、北京大学教授袁行霈、汤一介、林毅夫、叶朗、周其仁、王缉思等一大批海内外知名学者。

这些“仁人”“智士”在北京论坛的讲台上发表观点、交流思想，通过严谨的科学研究和有效的政策影响，推动全球文明的和谐发展和共同繁荣。这些“仁人”“智士”构成了北京论坛的全球学者网络，随着这一网络的不断壮大和影响力的日益提升，北京论坛已经成为全球探讨文明和谐最重要的平台之一。北京论坛以其鲜明的旗帜和独有的魅力，正在吸引更多志同道合的仁人智士不断参与其中，一个基于北京论坛的更加庞

大、更富活力和影响力的全球文明和谐网络正在形成。

## 五、结语

公元2004年金秋，一些满怀理想和激情的学者们创办了北京论坛，十年后的今天，更多富有理想、学识、激情和责任感的学者们加入到这个群体，他们辛勤耕耘、他们振臂高呼、他们继往开来，使得“和谐”成为21世纪初世界文明史上不可磨灭的关键词。

十年时间转瞬即逝。对于人类文明史而言，这十年可能只是惊鸿一瞥，但就在这短暂的十年时间里，北京论坛的创办者、参与者和关注者却共同创造了不平凡的文化业绩——他们率先振聋发聩地喊出了“文明和谐”的伟大口号，他们坚持不懈地对文明和谐发展的途径和目标进行探索，他们满怀信心地憧憬和追求着文明的共同繁荣将带给全人类无限的福祉和机遇。

山川异域，风月同天。不同文明在各自发展和相互交融中体现出不断丰富共同价值和多元发展趋向。倡导不同文明间对话的目的就在于增进相互的宽容和理解，扩大共识、化解冲突，推动全球政治、经济和文化的稳定、健康发展，从而实现人类社会的和平进步与共同繁荣。我们相信北京论坛将为全球各文明之间的平等对话提供最为坚实、持续而广阔的平台。

文明的和谐与共同繁荣，这是北京论坛向世界发出的声音——从一个十年，执着而坚定地走向下一个十年。

## “跨文化视野下的东亚文化传统” 系列学术讲座连续举办三场

2013年6月3日至14日，北京外国语大学中国海外汉学研究中心、世界亚洲研究信息中心共同主办了三场“跨文化视野下的东亚文化传统”系列学术讲座。

2013年6月3日下午，“跨文化视野下的东亚文化传统”系列学术讲座第二讲举行。法国巴黎利氏学院院长欧明华（François Hominial）先生携夫人——巴黎利氏学院中文（汉语）总编赵小芹（HOMINIAL ZHAO Jiexuan 赵介轩；学名胡瑞民）作了题为《利玛窦时代知识交流与文化视角的差异》的学术讲座。本次讲座采取欧明华先生法语主讲、赵小芹女士中文翻译的形式，吸引了来自学校不同院系的20多位师生参加。

利玛窦是西方传教士，也是最早钻研中国文化的西方学者之一。在中国游历期间，他积极传播西方天文、数学（欧几里德定理等）、地理、地图绘制等科学技术知识和哲学思想，同时也

把中国文化介绍到西方，在中欧交流史上具有重要地位。讲座中，欧明华与赵小芹两位学者以图文并茂的方式在屏幕上为大家展示了利玛窦的生平事迹，带领大家回溯了利玛窦对中国知识的评论与见解、17世纪耶稣会士在中国进行的历法改革等。

讲座接近尾声时，在场听众就自己疑惑的问题进行了提问，欧明华先生用中文一一做了简答。大家围绕利玛窦时代知识交流与文化视角的差异这个主题进行了热烈、深入的探讨。

本次讲座，不仅使听众了解了利玛窦在中西方科技文化交流中的重要贡献，也让大家认识到了利玛窦时代中欧双方在文化视角方面的差异，对拓宽师生的学术视野具有重要意义。

2013年6月13日下午，“跨文化视野下的东亚文化传统”系列学术讲座第三讲举行。德国波恩大学汉学系教授廉亚明（Ralph Kauz）作了题为《罗斯托恩地球仪（ROSTHORN-

GLOBE)——对中国地图学几个问题的讨论》的学术讲座。

廉亚明教授以丰富的图文材料形象而具体地介绍了四个现存的中国 17—18 世纪的早期地球仪，并以 1800 年由中国人制作的、现藏于维也纳的罗斯托恩地球仪 (ROSTHORN-GLOBE) 为主，参照 1794 年且晋陵和庄延秀所著《京版天文地輿全图》，论述了中国在地图学等自然科学方面所受到的阿拉伯和波斯的影响。讲座内容深入浅出，形式生动新颖。

廉亚明教授的主要研究领域为中国历史，中国、中亚和伊朗之间的互动，环印度洋地区的政治和经济史。近年来对明朝与中亚的交流、明代中国的波斯文献等课题多有研究。

本次讲座为中国历史研究提供了新的视角和方法，使在场听众深受启发。

2013 年 6 月 14 日下午，“跨文化视野下的东亚文化传统”系列学术讲座第四讲举行。北京外国语大学北京日本学研究中心郭连友教授作了题为《孟子思想在日本》的精彩报告，吸引了来自全校不同院系的 30 多位师生参加。

讲座中，郭连友教授为我们介绍了孟子思想在日本接受问题的先行研究，接着以连续提

问的形式唤起同学们的问题意识，从纵向的时间角度介绍了江户时代和江户末期孟子思想在日本的流传、变异和接受情况。此外，郭连友教授还横向选取了各个时期的主要日本思想家，详细阐释和分析了他们对孟子思想的解读和发展，继而综述孟子思想对日本思想演变所产生的影响。整个讲座充实有趣，展现出严密的学术逻辑性。

讲座的结尾，郭连友教授对当前“孟子思想在日本”的研究提出了四点建议，极具建设性和启发性，引发了在场老师和同学们的进一步思索和探讨。

郭连友教授主要从事日本思想史、日本文化史、中日文化交流史研究，发表了大量论文并出版了《吉田松阴与近代中国》等专著。

世界亚洲研究信息中心摘编

# 国家形象宣传片中的文化形象分析： 以马来西亚为例<sup>1</sup>

刘琛 / 北京外国语大学英语学院

## 摘要

伴随着全球化的进程，国家形象的国际传播逐渐得到重视，并由此推动了相关研究与实践的不断深化。然而，本领域研究中专门针对国家形象宣传片的系统研究相对匮乏，难以适应近年来此类传播形式迅速发展的态势。此外，直接以亚洲国家为对象，且以服务于发展中国家国际传播为目的的研究更处于空白。为此，本论文以 2007 年，马来西亚形象宣传片 Truly Asia 为代表性案例，根据跨文化传播学理论框架，从文化主题、文化意象和文化涵义等三个方面对片中展示的国家文化形象进行传播效果分析，并据此提出可供其他国家，尤其是亚洲发展中国家借鉴的建议。

## 关键词

国家形象宣传片 文化形象 马来西亚 《真实的亚洲》

国家形象研究的重要学者 Simon Anholt 曾经这样定义国家形象建设与传播，认为“国家形象与国际品牌 (global brands) 一样，需要仔细规划并展示一种国际身份和认同 (international identity)，而且成功地将其打造成为如同消费品般一目了然”。<sup>2</sup> 就国家形象展示的策略而言，Anholt 的观点是“支持 (supported)、强化 (reinforced) 和丰富 (enriched) 每一项本国与世

界的传播活动 (act of communication)：对国家出口进行营销；宣传本国如何推动贸易、旅游、对内投资和聘用政策等；国家的内政和外交政策；提升文化展示和份额；分析本国国民在国外的行为方式，以及在国内与陌生人相处的习惯；各种组织机构的构成；介绍与本国有联系的国家；与其他国家合作完成的体育和文娱活动；国家对世界的贡献和所获得的回报 (What it

1 本文为北京外国语大学世界亚洲研究信息中心科研资助项目《亚洲国家形象宣传片跨文化研究》的阶段性研究成果。

2 Rendon, J. “When Nations Need a Little Marketing”, *New York Times*, 25 November, 5.



gives to the world and what it takes back”。<sup>1</sup>

从上述论断中，可以总结出国家形象建构与展示在本质上是跨文化的交流 (intercultural exchange)，而在跨文化语境下，如何诠释自身的文化身份并赢得关注与尊重是衡量文化传播效果的关键。总体上，就文化态度与文化传播手段而言，世界各国，尤其是广大发展中国家都体现了科学和务实的积极态度。问题在于就文化传播的策略而言，许多发展中国家普遍面临着国家文化形象难以取得预期效果，甚至引发对本国文化传统与精神的误读等困惑。

针对这一问题，本论文以马来西亚在 2007 年推出的形象宣传片“真实的亚洲 (Truly Asia)”为案例，根据形象宣传片传播效果研究的三个切入点，从文化主题 (theme)、文化意象 (image) 和文化涵义 (meaning) 三个方面对发展中国家如何展示与诠释自身文化形象进行分析。

## 一、文化主题分析

马来西亚于 1957 年宣布独立，2007 年是国家独立 50 周年。在这一年推出对外宣传片不仅显示出历史纪念意义上的考量，更透视了国家未来

发展的愿景。通过历史分析不难看出，整体上，马来西亚的经济发展一直较为顺利，曾一度被视为“亚洲的第五小龙”。伴随着全球化进程的不断深化，马来西亚越来越注重强化与美国等西方国家的合作。2004 年，马来西亚总理巴达维 (Abdullah Badawi) 访美，由此带动了两国关系的稳定发展。从国内经济布局来看，以旅游业为主力的服务业发展势头良好，投资吸引力不亚于制造业，并显示出抵抗国际金融风险能力强等特殊优势。因此，政府非常重视国内服务业的发展。

从这种历史的整体背景入手，对外宣传片 Truly Asia 主题设定的初衷与合理性成分可以得到较为客观的评价。总体上，本片的主题是“难忘的假期 (unforgettable vacation)，以国际化、包容性和服务性作为马来西亚对外形象的构成要素。

然而，从跨文化角度剖析本主题，却可以发现其中存在的局限性。在时长约 3 分钟的宣传片里，共有 18 个场景。从内容上看，自然、服务与人文是三个主体。但是权重差异较大。其中，“自然”占据了 13 个场景，约占 72%；“服务”为 3 个场景，约占 17%，而体现马来西亚多元文化和厚重历史等文化精神的“人文”主题却

只有 2 个场景，仅占 11%。此外，两个场景的主题只有一个强调的是马来西亚文化的独特性，即：26 个族部的 25,000 年的影响 (25000 years of cultural influence from 26 ethnic tribes)；另一个仍然着力于马来西亚与世界，确切地说是与西方文化的融合 (new friends)。从人物上看，Truly Asia 的主角是西方白人游客。18 个场景中只有白人游客形象的场景为 16 个，约占 89%；其余两个是马来西亚人与白人游客在一起。从这个意义上说，“世界”更近似于“西方”，甚至是“西方白人社会”。

综上所述，Truly Asia 的文化主题虽然较为成功地传递了国际化信息，体现了良好的服务意愿，但是却没有能够全面而集中地展示自身文化的理念与精髓，其文化主题较为模糊，过于强调“求同”的概念。因此，片中所诠释的马来西亚的世界观难以得到真正意义上的世界性的认同。事实上，文化主题的设置是国家形象国际传播系统工程的根本，而建设性的国家形象传播首先是挖掘出独特且能够得到普遍接受的一国独特的身份，“能够作为一个清晰的不同于其它国家之处而得到阐释 (can be articulated as a clear point of difference)”。<sup>2</sup>

1 Anholt, S. “Branding for Development”, *Global Degree, A Study of Globalization 2003 (V.1, 3)*. URL (consulted October 2012), <http://www.gdegree.com/issue0312print.htm#II.%20FEATURED%20ESSAY>.

2 Morgan, N., A. Pritchard, R. Pride. “Meeting the Destination Branding Challenge” pp.59-78 in N. Morgan, A. Pritchard and R. Pride (eds) *Destination Branding: Creating the Unique Destination Proposition*. Burlington, MA: Butterworth-Heinemann, 2002.

## 二、文化意象分析

社会学家 Anthony Giddens 在阐释文化的概念时,将其分为“有形的方面 (tangible aspect)”和“无形的方面 (intangible aspect)”,指出“一个社会的文化既包括无形的方面——信仰、观念和价值,这是文化的内容,也包括有形的方面——实物、符号或技术,它们表现着文化的内容”。<sup>1</sup>从这个定义可以看出文化意象 (cultural image) 在展示和说明国家文化形象中的重要作用。

对于马来西亚来说,它的文化意象资源 (resources) 是较为丰富的,可诠释的文化表征和符号具有鲜明特色。该国是一个多元族群国家,文化形态本身就具有多样性特征。此外,悠久的历史历史和动态的现代文化演进也赋予了马来西亚立体而生动的文化样貌。然而,与获得广泛肯定的经济发展相比,马来西亚在政治、文化和社会等领域的努力受到的关注,乃至质疑相对较多。对于多元族群与文化的共融与共生方面,西方学者曾经用“想象中的国家性社群 (imagined national community)”来形容马来西亚等国家,认为“这是一种被想象出来的政治社群 (an imagined political community)……说它只是‘想象中’的原因在于即使是最小的族群都永远

**对于马来西亚来说,它的文化意象资源 (resources) 是较为丰富的,可诠释的文化表征和符号具有鲜明特色。**

不会认识绝大多数的本族人,从没相见,甚至都没听说过这些人,但是在思想上,每个人都觉得他们生活在他们的社群图景中”。<sup>2</sup>举例说来,如果问“你从哪里来?”对方会回答:“马来西亚 (from Malaysia)。”然而,如果继续问“那么,你是马来西亚人吗 (Are you Malay)?”对方可能难以回答了。

西方国家眼中的这种马来西亚文化生态和社会样貌成为 Truly Asia 要着力解决的文化说明问题。值得一提的是就在 2007 年 7 月,马来西亚国内爆发了“马来西亚是回教国”还是“世俗国家”的激烈辩论。此外,在首都吉隆坡等地发生的集会和示威游行等活动还对国家的政治和经济政策提出了抗议。部分西方主流媒体对这些事件进行了报道。<sup>3</sup>

在这样的国内外背景下, Truly

Asia 选择的马来西亚文化意象多为强调和谐、宁静与恬淡的自然景观,例如:“美丽的日光 (amazing sunshine)”、“美丽的海滩 (stretches of beautiful beaches)”、“1.3 亿年历史的雨林 (130 million year old rainforests)”、“世界上最大的石灰岩 (the world's largest limestone)”和“遭遇濒危野生动物 (encounter some of the 286 endangered protected species)”等。相反地,能够体现鲜明文化精神和文化追求的意象却极为有限,而且主要的策略仍然是展示“异域感 (exotic)”,与西方传统的亚洲文化著述路线一致。在刻画前进进程中的马来西亚文化风貌时, Truly Asia 仅展示了两个具有城市感的场景,分别是“绝妙的购物体验 (sensational shopping)”和“诱人的选择 (tantalizing choices)”等。从上述文化意象中,国外受众不仅难以领悟马来西亚的文化传统理念,也无法捕捉其现代文化的新思路。

实际上,马来西亚可供选择的具有代表性的文化意象是不胜枚举的。仅就 2007 年而言,马来西亚首名太空人,35 岁的赛慕斯查化 (Sheikh Muszaphar Shukor) 就成为马来西亚民众心目中的具有历史意义的国家骄傲。虽然美国宇航局认为他只是“太空飞行参与者”,但是马来西

1 【英】安东尼·吉登斯著,赵旭东、刘琛等译:《社会学》(第4版),北京:北京大学出版社,2003年,第21页。

2 Anderson, B. *Imagined Communities: Reflections of the Origin and Spread of Nationalism*, London & New York: Verso, 1983:15.

3 根据文献分析,国际主流媒体对马来西亚的专门报道一直非常有限,报道的选题多以国内发生的负面事件为主。

亚人民承认他是太空人，并为此感到自豪。这种文化意象的视角缺失对于跨文化传播效果的影响是很大的。具体到本案例而言，主要体现在以下两个方面：首先，在全片中，没有出现穆斯林文化符号，也没有出现华文化符号。然而，马来西亚的实际国情是穆斯林人口占重要比重，而且在国旗上都据有一方位置。华人在马来西亚约有 645.13 万人，占全国总人口的 25%。<sup>1</sup>从这个意义上说，Truly Asia 中所设计的文化意象未能很好地诠释马来西亚致力于建设可以为国内各族群所接受与共享的国家认同与文化身份的理念。在这方面，该国是做出了许多重要成绩的。1971 年，《马来西亚第二个五年计划》明确指出，“要最终减少并消除经济领域的民族差异与不平等现象”。<sup>2</sup>其次，从国际传播的角度分析，宣传片中的文化意象过于倚重自然风光等元素，在某种程度上是重复文化信息，甚至固化文化刻板印象。值得一提的是这是绝大多数发展中国家在西方的国家文化形象的一个共同点。以英国的一项调查结果为例，在整个 20 世纪 90 年代，“英国主流电视媒体对发展中国家的报道无论是数量，还是质量均大幅下滑……节目的话题不再关注贫困、环境、人



权等严肃性议题，而仅是旅游或野生动物 (wildlife)……播出时间要么是深夜，要么是凌晨，都是观众非常少的时候 (when audiences are typically

small)”。<sup>3</sup>由此可见，西方等国际媒体关注的发展中国家的要点已然是旅游等自然元素，那么发展中国家在对外“发声”时，就需要在明晰自身的国

1 Department of Statistics of Malaysia. *Statistics Handbook Malaysia*, Putrajaya: DOS Malaysia, 2010:4.

2 Government of Malaysia. *Second Malaysia Plan (1971-1975)*.

3 Stone, Jennie. *Losing Perspective: Global Affairs in British Terrestrial Television 1989-1999*, London: International Broadcasting Trust, 2000.



际形象特点的前提下,选定文化意象,从而切实达到邀请世界听听自己怎么说 (invite the world to listen) 的文化传播效果。

### 三、文化涵义分析

文化涵义 (implicit cultural meaning) 主要是指在国家形象建设与传播的语境下 (in the branding context), 为重新设想并展示国家认同与身份所做出的自省式 (self-reflective) 努力。<sup>1</sup> 在此, “自省” 与 “重新定义 (redefinition)” 是分析国际传播中文化涵义效果的重要衡量指标。

从历史分析的角度审视全球化背景下的发展中国家, 可以得出结论: 这些国家都在以不同的方式努力地融入时代的潮流。在付出的诸多努力中, 国家的身份与追求经历了一系列的重新定义, 并由此反映出自我变革与创造的能力和意愿。就马来西亚而言, 政府为了拓宽并深化与不同国家和地区贸易等联系, 出台了很多政策措施, 逐步改变了1970年以来实行“新经济政策”所造成的以土著所经营的国有或私营企业为主导的经济格局, 强化了对不同文化的尊重与平等理念。其中传递的一个较为重要的信息就是不同的文化背景, 乃至语言等都被视为优势和吸引外资、加强与世界沟通的潜力。此外, 在与世界的对

### 从历史分析的角度审视全球化背景下的发展中国家, 可以得出结论: 这些国家都在以不同的方式努力地融入时代的潮流。

话与合作中, 马来西亚仍然保持着较高的文化自觉性与独立性。正如马哈蒂尔总理 (Datuk Seri Mahathir Bin Mohamad) 在解释《国家2020年远景报告》时所指出的, “可以明确的一点是我们必须按照马来西亚的模式发展马来西亚”。<sup>2</sup>

可以说, 全球化态势下的马来西亚展示了积极的文化态度, 这为 Truly Asia 的文化涵义解读提供了理想的载体。然而, 通过对本片的文化主题与文化意象分析, 不难发现片中的文化涵义未能很好地达到马来西亚目前所经历和面临的文化思考、文化实践的历史性纵深度。在片中, 18个场景里有9个属于事实性描述 (factual narratives), 介绍雨林、海滩、野生动物、岩石和境内著名山脉等。通过对宣传语的话语分析, 这些场景只是提供简单的介绍性信息, 不涉及文化涵义。在关于城市的7个场景中, 购物、美食和此行总结 (memorable

moments) 是主体。从画面来看, 与文化涵义较为相关的只是停留在马来西亚拥有诸多国际品牌, 显示了国际化的程度。在直接针对本国文化的2个场景中, 马来西亚文化的独特性, 尤其是多元性没有成为中心, 因此其文化所蕴含的深意没有得到充分诠释。对于国外受众来说, 本片几乎没有体现全球化进程中的马来西亚的文化自省与自我创造, 因此更多地只能是一个提供信息而非解读文化精神与气质的作品。

有必要指出的是在“文化涵义”阐释方面, 许多发展中国家的经验是值得借鉴的, 例如: 印度在2008年推出的形象宣传片 Incredible India 就传达了渴望登上世界舞台 (ready for the world's stage) 的国家发展目标, 但是与此同时又强调了在这一过程中, 印度既会发挥创新实力 (never do the same thing twice), 保持经济活力 (dynamic), 但是不会在现代化进程中放弃文化精神。相反地, 印度的发展将是又一次的思想与启蒙之旅 (journey of mind and enlightenment)。同样地, 南非在2010年发布的形象宣传片 Alive with Possibility, 虽然片长仅为1分52秒, 但是却非常清楚而有力地告知世界南非在国家发展再出发的历史性阶段的立国精神。宣传片中, 南非的土著文

1 此定义总结自本领域相关学术著作, 主要包括 Aronczyk, M. 2007, Anholt, S. 2006, Baker, C. 2008.

2 1997年4月29日, 马哈蒂尔总理在《国家2020年远景报告》新闻发布会上的讲话。



化与现代文化交融，物质生活贫困的人们，特别是孩子们快乐地，具有创造性地享受着足球的乐趣。当观众的情绪随着一个个流畅的场景逐渐高涨时，曼德拉(Nelson Mandela)作为国家形象代言人，在形象片结尾向世界发出邀请，真诚说到：“我们张开双臂邀请你来到我们美丽伟大的国家(We invite you with opened arms to our wonderful country)”。紧接着，本片的主旨“南非，一切是可能(South Africa, it is possible)”成为结束，它印入人们的头脑里。通过本论文的问卷访谈，受访者中全部都反映这个片子让他们“感受到了一种勇气和令人钦佩的东西”，部分受访者还留言，指出：“这个短片让自己感受到了某种精神”，“期待有机会去南非”，“祝福南非”！

仅就旅游形象宣传片而言，阿联酋迪拜的 Discover Dubai 在文化内涵阐释方面也有许多独具匠心之处。在这部时长 2 分 21 秒的宣传片中，观众看到了来自不同国家、不同肤色的人们，阿拉伯文明与现代文明的相得益彰，以及全球化进程中迪拜取得的标志性成就。在娓娓道来之中，阿拉伯对待全球化浪潮的文化态度却表现得非常有力，且又含蓄。在第 27 到 28 秒时，国际著名的威斯汀酒店(The Westin)特写出现了，可以清楚地看到酒店的名称是双语，英文 The Westin

与阿拉伯文并列在一起，彰显了“文化涵义”特征。

总之，国家文化形象是国家形象的核心组成部分。越来越多的案例证明了全球化使世界变成了一个单一市场，在竞争中，文化份额的占有就是发展空间的占有。然而，国家文化形象国际传播的突出困难在于文化是复杂的、深刻的，而且难以用简单的语言，以及具体的意象能所表达的。因此，文化涵义的诠释与跨文化传播质量就变得格外重要了。在这个方面，包括马来西亚在内的广大发展中国家需要给予更多的重视。

#### 四、总结

Truly Asia 是马来西亚在国家形象国际展示中的一次历史性的实践。它虽然存在着跨文化传播层面的一些局限性，但是这种努力的积极意义仍然值得肯定。以该国旅游业的统计结果为依据，“2008 年 1 月至 9 月，赴马旅游的国外游客人数高达 1633 万人次，比 2007 年同期增长 4.4%……旅游收益约为 440 亿林吉特”<sup>1</sup>。2007 年，对因美国金融危机而遭遇打击的马来西亚而言，旅游业的稳定而又持续的发展为国家经济应对困难作出了巨大贡献。

总体上，马来西亚通过自己的努力，其国家形象得到了越来越多的认

可。正如 2007 年，时逢马来西亚独立 50 周年庆典之际，美国总统布什(George Bush)在贺信中所称赞的，“马来西亚是一个繁荣的国家，是一座希望之塔”。

根据该国的国家发展愿景计划，马来西亚期望在庆祝独立 100 周年的时候，马来西亚能够拥有自己的诺贝尔奖得主、世界级优秀运动员、享誉全球的著名学府和更多的科技专利权等。可以预见，未来的马来西亚一定会进一步深化与世界的交流与合作，也会在国家形象的国际传播中做出更大的成绩。有必要指出的是 Truly Asia 作为东南亚国家推出的一部形象宣传片在国际上是取得了一定的影响力的。对此，一些西方学者也撰文予以研究。此后，马来西亚还推出了 Satu Malaysia 等宣传片。在这些宣传片中，Truly Asia 中出现的一些问题也得到了不同程度的解决。对此，是要给予客观评价的。

中国古语云，“他山之石可以攻玉”，亚洲发展中国家应该更加注重彼此的努力和相互借鉴与学习，并携手向前，让世界看到来自亚洲的风采。

1 廖小健：《马来西亚：2007 年政治、经济与外交》，载《东南亚纵横》2008 年第 1 期，第 22 页。



# 印度企业在美国的并购及其对中国企业海外并购的启示<sup>1</sup>

李莉文 / 北京外国语大学英语学院

## 摘要

本文研究了印度企业在美国的并购现状，分析了2004—2009年间印度企业在美国并购的行业、规模及其分布和影响，并以印度塔塔集团为个案分析对象，探讨了该集团在美并购投资的策略和经验，以期为我国企业的跨国并购提供启示。

## 关键词

印度企业 赴美并购 并购启示

<sup>1</sup> 本文为北京外国语大学世界亚洲研究信息中心科研资助项目《印度企业在美国的投资探析》的研究成果。

## 一、引言

近年来中国和印度两国的相继崛起引起了全球的高度关注。2006年的达沃斯世界经济论坛不仅把中印崛起比作拉动世界经济增长的双头火车，而且还发出了中印拯救西方的声音。美国预计印度将会是唯一可以在经济发展层面与中国抗衡的国家。“龙象之争还是共舞”已成为经济领域的一个热点话题。

中国工商银行董事长姜建清在2012财经年会上论及对外直接投资促进经济增长问题时说，“近年来，印度对外直接投资发展非常好，培育了一大批世界著名的跨国集团，比如印度钢铁公司。这个作法也是巩固国家地缘政治、克服国际贸易壁垒、提高本国企业和产业国际竞争力的一部分”。分析印度公司赴美投资的情况，研究印度企业赴美并购的诱因、行业、规模、区位和影响，对于我国企业科学实施“走出去”战略，服务于我国中长期产业结构升级和经济可持续发展的目标都具有重要的现实意义。

国内学者对印度对外投资或吸引外资的研究非常少，国内期刊发表的数篇相关论文也主要研究印度吸引外国直接投资的政策、投资环境和市场（陈晓君、张伟伟 2007；谌洁 2009；施萱 2010），以及印度外资流入的决定因素和外资流入增长的原因（张伟伟、罗斯丹 2010；景昭 2010）。目前国内学界就印度企业在美国并购现状所作的研究寥寥无几。本文梳理印度

**长江商学院院长项兵博士把印度私营企业的海外扩张与全球竞争策略概括为以海外并购加速推进“以我为主”式的全球资源整合。**



企业在美国的并购情况，探析印度企业在美并购的行业、规模、区位及影响，以印度塔塔集团作为个案分析对象来探讨该集团在美并购投资的策略，以期给中国企业在美国投资并购提供启示和对策。

彭博社的数据显示，2000—2012年间，印度上市和非上市公司共进行了1995次并购活动，交易总金额近1160亿美元，海外并购行业覆盖

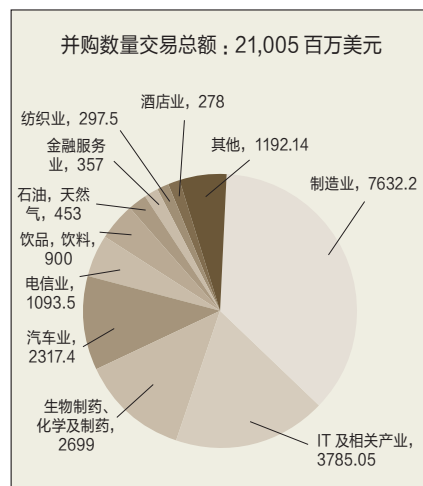
面广。印度公司自2000年开始通过频频收购外国企业实现海外扩张计划。知名的并购案有：2000年，塔塔茶叶公司收购了规模是自身两倍的全球第二大茶商英国泰特莱茶叶公司（Tetley Tea）。2002年，印度爱索尔包装公司（Essel Packaging）收购了一家从事层压管生产的瑞士公司宝柏（Propack），成为全球最大的层压管生产商。2004

年，印度信实集团收购德国特雷维拉公司（Trevira），进一步夯实了全球最大涤纶制造商地位。2006年，印度公司在欧美的并购非常活跃：米塔尔钢铁集团（Mittal）以高达320亿美元的价格收购了欧洲第一大钢铁集团卢森堡的阿塞洛公司（Arcelor），跻身为一个年产钢铁1.16亿吨的行业之王，占全球钢铁市场份额10%。同年，印度阮氏公司（Dr. Reddy）收购德国四大



制药企业之一的 Betapharm 公司，交易总价达 5.70 亿美元；印度兰伯西制药公司 (Ranbaxy) 出资 3.24 亿美元收购罗马尼亚制药企业 Terapia 公司，推动印度制药业在欧洲市场占据一席之地。2007 年，塔塔钢铁以 76 亿美元收购英荷科鲁斯集团 (Corus Group)，成就当时印度最大规模海外收购案，此举使其瞬间成为世界第五大钢铁巨头。同年，印度阿迪亚波拉集团旗下的 Hindalco 铝工业公司以 60 亿美元现金，收购加拿大铝轧制品公司 Novalis，跃居世界第五大铝业公司，同时成为全球最大的铝轧制品生产商；印度马辛德拉公司 Mahindra & Mahindra 拿下了德国舍纳魏斯锻造公司 (SchÖneweiss) 90% 的控股权，巩固了其在全球市场的领军地位。2008 年，塔塔汽车公司以 23 亿美元收购了美国福特汽车公司旗下的捷豹和路虎两大豪华车品牌。2009 年，印度汽车组件供应商 Motherson Sumi Systems 与 Samwerdhan Motherson Finance 联盟，以 3.16 亿美元的价格收购了英国 Visicorp 公司，组建了世界最大的汽车后视镜生产商之一。同年，印度国有石油巨头印度石油天然气公司 (ONGC) 以 19 亿美元的价格收购了英国帝国能源公司。2010 年，印度能源巨头信实工业公司 (Reliance Industries Limited) 以 13.15 亿美元收购美国先锋自然资源公司旗下伊格尔福特地区页岩气资产的 45% 股权，这是信实工业自 2010 年份以 17 亿美

图 1：2004—2009 年间印度公司在美并购交易额排名前十的行业



(来源：[http://c.yimcdn.com/sites/www.india-us.org/resource/resmgr/files/executive\\_summary\\_6.14.2010.pdf](http://c.yimcdn.com/sites/www.india-us.org/resource/resmgr/files/executive_summary_6.14.2010.pdf), p19)

元收购美国阿特拉斯能源公司页岩气资产后再一次进军页岩气开发领域。2012 年底，印度石油天然气公司以约 50 亿美元的价格购买美国能源巨头大陆菲利普斯公司 (康菲公司) 在哈萨克斯坦卡沙干大油田中持有的 8.4% 股份，这是印度石油天然气公司有史以来的最大一笔海外资产收购。

跨国并购对企业的国际化发展意义重大。它不仅能使并购企业快速提升自身的国际影响力、加快企业国际化进程，减少强有力的竞争对手，实现优势互补和市场份额互补，而且能获得研发与技术上的新突破和降低成本，同时享有遍布全球的生产基地、销售体系、老顾客群和服务网络，有利于开拓新兴市场。

长江商学院院长项兵博士把印度私营企业的海外扩张与全球竞争策略概括为以海外并购加速推进“以我为主”式的全球资源整合。具体分为三个层次：1. 围绕自身核心业务，通过海外并购，提高核心业务的竞争能力和赢利水平；2. 从产业链的角度，实施海外并购，以提高对原材料、技术、品牌、渠道等的掌控能力；3. 在钢铁、汽车、金融、电子、制药、化工、矿产等竞争激烈的主流行业，在全球范围内整合资源。此外，在印度本土，企业扩张存在着某些难以逾越的基础障碍，如贫穷落后、电力不足和电网超负荷运转等。一些规模较大的印度家族企业的发展规划已经超过了目前印度经济自身的可支持程度，通过向海外扩张来维持成长，并希望能跃升国际舞台。

## 二、印度在美国并购的行业、规模、区位和影响

此部分以 2004—2009 年间 239 家印度公司在美国成功进行 267 项并购的数据 (India-US World Affairs Institute, Inc) 为基础，分析印度企业在美并购的行业、规模、区位和影响。

### (一) 并购的行业分布

据统计，印度公司在美并购交易额位居前十的行业是制造业、信息产业及服务、生物技术/化学/制药、汽车制造、电信、食品和饮料、石油和天然气、金融服务、纺织、酒店 (见图 1)。在交易额为 210 亿美元的投



资并购中，80%的并购在前五个行业进行。值得注意的是，制造业的并购交易额（76.322 亿美元）最高，占总交易额的 36%，而闻名于世的印度信息技术及相关服务业，其并购交易额（37.8505 亿美元）却位居第二，占总交易额的 18%。

## （二）并购区位及规模

印度 2004—2009 年间在美国并购的 267 项主要分布于美国的十个州（见表 1）。就投资价值而言，75% 的交易额是在乔治亚州、新泽西州、密歇根州、加利福尼亚州和德克萨斯州进行的。就并购数量而言，前五名的排序是加利福尼亚州、新泽西州、纽约州、伊利诺伊州和密歇根州（与德克萨斯州并列第五）。每宗并购的交易额平均为 7870 万美元。

2004 年 1 月到 2009 年 12 月期间，印度公司在加利福尼亚州完成的并购数量最多（55 项），约占并购总量的 20%。按并购数量排序，位于第二至第四位的三个州分别是新泽西州（33 项）、纽约州（23 项）和伊利诺伊州（17 项）。这四个州的并购数量约占并购总数量（267 项）的 48%。从并购交易额看，印度公司在美国排名前五的州中进行并购的交易总值占其在全美并购交易总额的 75%。按交易额从多到少的顺序排列，这五个州分别是乔治亚州、新泽西州、密歇根州、加利福尼亚州和德克萨斯州。

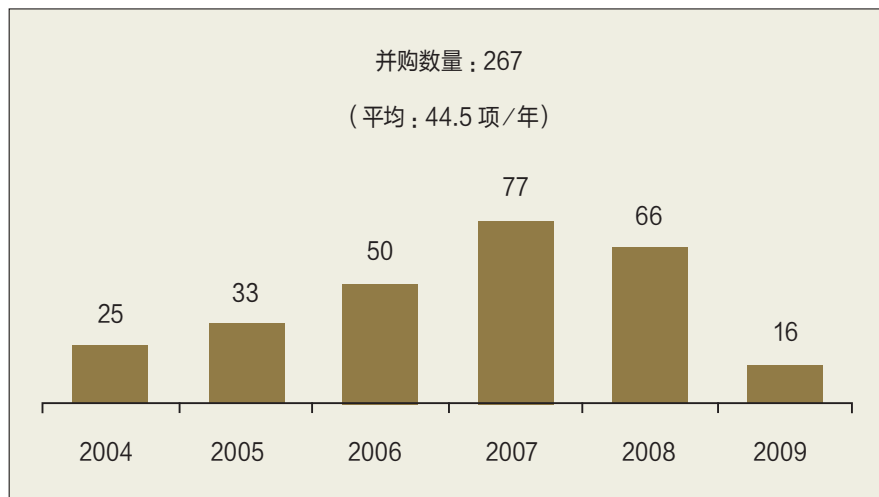
在 2004—2009 年间，印度公司平均每年收购 45 家美国公司。2004—

表 1 2004 - 2009 年间美国获得印度公司并购位居前十的州

州排名	州名	并购总金额 (百万美元)	并购数量	每宗并购金额 (百万美元)
1	乔治亚州	\$6,283.5	9	\$698.2
2	新泽西州	\$2,874.8	33	\$87.1
3	密歇根州	\$2,581.1	13	\$198.6
4	加利福尼亚州	\$2,375.0	55	\$43.2
5	德克萨斯州	\$1,539.9	13	\$118.5
6	路易斯安那州	\$650.3	3	\$216.8
7	纽约州	\$641.3	23	\$27.9
8	马里兰州	\$563.9	8	\$70.5
9	伊利诺伊州	\$486.5	17	\$28.6
10	康涅狄格州	\$353.0	4	\$88.3
总数量 (包括没有进入前十名的州)		\$21,004.6	267	\$78.7

（来源：[http://c.ymcdn.com/sites/www.india-us.org/resource/resmgr/files/executive\\_summary\\_6.14.2010.pdf](http://c.ymcdn.com/sites/www.india-us.org/resource/resmgr/files/executive_summary_6.14.2010.pdf), p20）

图 2：并购趋势分析



（来源：[http://c.ymcdn.com/sites/www.india-us.org/resource/resmgr/files/executive\\_summary\\_6.14.2010.pdf](http://c.ymcdn.com/sites/www.india-us.org/resource/resmgr/files/executive_summary_6.14.2010.pdf), p20）

2007 年间每年的并购数量逐年增加（见图 2），2004 年的并购数目为 25 项，2007 年达到 77 项。2008 年的并购数量减少了 14%，受世界经济衰退的影响，2008—2009 年间并购数量明

显减少 75%。

267 项收购案的交易额趋势与并购数量走势相似，平均每年的并购交易额约为 35 亿美元（见图 3）。2004—2007 年间并购交易额逐年增

图 3 : 并购交易额分析



(来源 : [http://c.y.mcdn.com/sites/www.india-us.org/resource/resmgr/files/executive\\_summary\\_6.14.2010.pdf](http://c.y.mcdn.com/sites/www.india-us.org/resource/resmgr/files/executive_summary_6.14.2010.pdf), p21)

表 2 2004-2009 年在美并购创造和保留岗位数排名前十的印度公司

并购方	被并	新增/保留的工作岗位数
Cbay	Medquist	7,50
印度后台服务提供商 Firstsource Solutions	Several Companies	5,338
印度服务外包商Aegis BPO	People Support	4,025
印度铝工业公司Hindalco	Novelis*	3,200
塔塔公司Tata Companies	Several Companies	2,822
商务流程集成系统服务公司 HOV Services	BPO Lason	2,636
印度软件公司3i Infotech	Regulus, Innovative Business Solutions	1,875
印度资讯科技外包公司 Wipro维普罗技术公司	Infocrossing, Quantech Global	892
印度三码Sanmar	Matrix Metal Inc	877
印度外包服务公司 Intelenet Global	Upstream	750
总数		29,915

\* 美国和加拿大

(来源 : [http://c.y.mcdn.com/sites/www.india-us.org/resource/resmgr/files/executive\\_summary\\_6.14.2010.pdf](http://c.y.mcdn.com/sites/www.india-us.org/resource/resmgr/files/executive_summary_6.14.2010.pdf), p22)

长。2007年后,交易额明显呈下降趋势(2008年下降了45%,2009年进一步跌落94%)。

(三)并购带来的新增和保留岗位  
按照2004—2009年间85项并购带来的新增岗位和保留岗位的数据

排序,85项并购为美国创造或者保住了约三万个工作岗位,新增和保留岗位排名前十的印度公司信息见表2。该数据是指2004—2009年间的新增岗位或保留岗位,不包括兼并公司在美国原有的雇员人数或绿地投资项目的雇员人数。

美国经济分析局2002年的数据显示,印度在美国的分公司2002年雇佣了1600名美国员工,到2003年增长了37.5%达到2200人。当时假定在增长幅度不变的情况下,估计到2009年6月,这个数字会达到14,868。事实上,2009年仅印度塔塔集团在43个州和哥伦比亚特区的雇员就超过了15500人。塔塔咨询服务有限公司(TCS)美国分公司在美国有23个办事处,在43个州有12000多名员工,占塔塔集团在美员工的80%。

### 三、案例分析：塔塔集团在美国

本文之所以选择塔塔集团作为个案分析,主要是因为塔塔是印度最大的私营企业,是印度民族工业的典范,也是目前印度最大的、最多元化的跨国企业集团。

塔塔集团成立于1868年,是印度最大集团公司,其商业运营涉及七个领域:通信和信息技术、工程、材料、服务、能源、消费产品和化工产品,旗下拥有超过100家运营公司,其办事机构遍布世界六大洲80多个国家,并为85个国家提供产品和服务出口,全球各地的职员数量超过45

万人。塔塔集团共有 31 个上市公司，其市值总额约 896.3 亿美元（截至 2012 年 11 月 1 日），拥有 380 万股东。2011—2012 财年，塔塔集团总收入为 1000.9 亿美元，其中 58% 来自于海外业务。

塔塔集团的主要公司包括塔塔钢铁公司、塔塔汽车公司、塔塔咨询服务公司、塔塔电力公司、塔塔化工公司、塔塔全球饮料公司、印度酒店集团以及塔塔通信公司等。塔塔钢铁公司在成功收购英荷科鲁斯（现已更名为塔塔钢铁欧洲）以后成为世界第十大钢铁制造商；塔塔汽车公司是世界排名前五位的商用车辆制造商之一；塔塔咨询服务公司是世界领先的软件公司；通过收购英国泰特莱茶叶公司，塔塔全球饮料公司奠定了世界第二大品牌茶叶公司的地位；塔塔化工公司是世界第二大纯碱生产商；塔塔通信公司是世界最大的语音服务批发商。

#### （一）塔塔集团在美国的并购

1939 年，塔塔首次来到美国，于 1945 年创立塔塔钢铁公司纽约分公司。现在，塔塔集团在美国近 100 个地方经营各项业务。塔塔通过一系列并购计划，在美国稳步发展。据不完全统计，2000 年至 2012 年，塔塔集团在美国成功完成了 11 项并购（见表 3）。2004 年 11 月以 1.5 亿美元收购美国泰科国际（Tyco Global Network）的海底电缆业务。2005 年 7 月塔塔的酒店集团收购了纽约的皮



埃尔酒店。2006 年 6 月，塔塔咖啡公司以 2.2 亿美元收购在美国的 8 点钟咖啡公司（Eight O' clock Coffee Company）；5 月，塔塔茶叶公司以 6.77 亿美元收购美国 Glaceau（Energy Brands）30% 的股权；11 月，塔塔的酒店集团以 1.7 亿美元的价格收购了波士顿丽丝卡尔酒店，改名为泰姬酒店。2007 年 4 月塔塔的酒店集团收购了旧金山的卡姆登皇宫酒店。2008 年 1 月以 10.05 亿美元收购美国通用化学工业产品公司（General Chemical Industrial Products）的纯碱业务；3 月以 23 亿美元现金形式收购美国福特汽车公司旗下的捷豹和路虎两大豪华车品牌；12 月以 5.05 亿美元收购花旗全球服务公司。现在塔塔已拥有众多国际品牌，如八点钟咖啡、捷豹和路虎汽车、波士顿丽丝卡尔顿酒店

（现称泰姬酒店）和纽约皮埃尔酒店。

#### （二）塔塔集团在美国的雇员人数

在美国，塔塔是总部位于印度的最大的跨国企业集团，有 13 家公司分布在 43 个州和哥伦比亚特区，2009 年员工超过 15500 人。塔塔在美国经营六个业务领域，即信息系统和通信、土木工程、材料、服务业、消费产品和化学工业。表 4 显示了 2009 年塔塔集团在美国雇员数量最多的 26 个州，雇员人数超过一千的是新泽西州、加利福尼亚州、纽约州、俄亥俄州和德克萨斯州。

#### （三）塔塔集团对美国的回馈模式

塔塔集团以多种方式贡献于美国经济，方式之一是扭转外包趋势——通过“内包”把工作机会带回美国。塔塔因其财富回馈社会（企业所在的社区）的独特模式而闻名。塔塔之子公司（Tata Sons）是集团的控股公司，其三分之二的股权由慈善基金持有，这些慈善基金建立了国家级的科学技术机构、医学研究机构、社会研究机构和表演艺术机构。这些慈善基金还为教育、医疗和生活领域的非政府组织提供援助和支持。塔塔集团旗下的各家公司还将社会公益活动扩展到其企业周围的社区。2004 年至 2009 年，塔塔集团在美投资超过 30 亿美元。每年塔塔通过研发项目、资本支出、工资、差旅、税收等方式对美国经济的再投资达 5 亿多美元。

塔塔传承回馈当地社区的做法是支持地方和国家事业以及大学合作项

表3 2000-2012年塔塔集团在美国的并购

时间	塔塔公司	被并购的美国公司	股权
2008年12月	塔塔咨询服务公司(TCS)	花旗全球服务公司Citigroup Global Services	100%
2008年3月	塔塔汽车公司(Tata Motors)	捷豹和路虎Jaguar and Land Rover Brands	100%
2008年1月	塔塔化工公司(Tata Chemicals)	美国通用化工General Chemical Industrial Products (now Tata Chemicals North America)	100%
2007年4月	印度酒店集团(Indian Hotels)	卡姆登皇宫酒店Campton Place Hotel	
2006年11月	印度酒店集团(Indian Hotels)	丽丝卡尔酒店Ritz-Carlton Hotel	
2006年5月	塔塔茶叶公司(现改称塔塔全球饮料公司)(Tata Tea, now Tata Global Beverages)	能量品牌Glacéau (Energy Brands)	30%
2006年6月	塔塔咖啡公司(现改称塔塔全球饮料公司)(Tata Coffee, now Tata Global Beverages)	8点钟咖啡公司Eight O' Clock Coffee Company	100%
2005年10月	塔塔茶叶子公司(现改称塔塔全球饮料公司)(Tata Tea through Tata Tea (GB), now Tata Global Beverages)	大地牌茶叶公司和FMALI草本有限公司Good Earth Corporation & FMALI Herb Inc	100%
2005年7月	印度酒店集团(Indian Hotels)	皮埃尔酒店The Pierre	管理合同
	塔塔工业公司(Tata Industries)	制药公司Indigene Pharmaceuticals Inc.	<30%
2004年11月	塔塔通信公司(Tata Communications)	泰科国际Tyco Global Network	
2003年7月	塔塔通信公司(Tata Communications)	无线网络公司Gemplex	

(来源: [http://www.tata.com/htm/Group\\_MnA\\_YearWise.htm](http://www.tata.com/htm/Group_MnA_YearWise.htm); <http://news.sohu.com/20070127/n247871365.shtml>)

表4 各州的塔塔雇员数量(雇员人数超过100的26个州)

州名	雇员人数	州名	雇员人数
新泽西州	1,686	乔治亚州	384
加利福尼亚州	1,647	印第安纳州	384
纽约州	1,549	华盛顿州	365
俄亥俄州	1,173	亚利桑那州	329
德克萨斯州	1,008	明尼苏达州	321
伊利诺伊州	956	弗吉尼亚州	267
北卡罗来纳州	867	马里兰州	216
佛罗里达州	599	科罗拉多州	193
密歇根州	598	罗德岛州	183
怀俄明州	485	肯塔基州	168
康乃狄克州	470	哥伦比亚特区	166
马萨诸塞州	453	威斯康星州	150
宾夕法尼亚州	409	特拉华州	111

来源: 塔塔之子有限公司, 2009年11月。

目。2007年至2008年, 30名哈佛大学本科生和研究生获得塔塔提供的研究经费, 在印度及周边国家开展学术项目。2008年, 塔塔在康奈尔大学(Cornell University)设立了一个5000万美元的基金, 以促进印度农业和营养方面的调查研究; 塔塔之子与加州大学伯克利分校创办了一个实习项目, 该校派学生前往印度, 在当地社区开展塔塔赞助的社区发展项目; 塔塔三家公司联合致力于为阿巴拉契亚俄亥俄基金会进行为期三年的捐赠。除了在俄亥俄州阿巴拉契亚山附近的32个县兴办教育外, 塔塔还以捐赠形式在八所小学开展科学旅行项目。2009年, 在塔塔企业社会责任(CSR)合伙人——First Book®的赞助下, 塔塔业务支持服务(Tata Business Support Services)和塔塔之子有限公司为佛罗里达州的东米尔顿小学(East Milton Elementary School)的750名学生捐赠1500本图书。

自2004年以来, 塔塔咨询服务公司(TCS)美国分公司在俄亥俄州、密歇根州、加利福尼亚州和纽约州的绿地投资约达1.35亿美元, 建造了世界一流的设施, 以便其IT顾问为客户提供企业系统实施、互联网和其他信息技术咨询服务, 以及业务流程外包(BPO)和传统的管理咨询服务。2008年3月, TCS在俄亥俄州的辛辛那提市成立了北美地区第一个交付中心——TCS Seven Hills Park, 足以容纳1000名技术顾问。2009年11



月5日，在俄亥俄州州长特德·斯特里克兰德出席的一次活动上，TCS宣布它的合作伙伴已增至300个。TCS实施人道主义的措施之一是将员工5万美元的个人捐款用于卡特里娜飓风后的救援工作。TCS还在路易斯安那州、密西西比州和德克萨斯州提供及时、宝贵的无偿服务。在飓风发生的几天里，TCS与就业保险署一道为密西西比的居民设计、研发并部署了一个自助的灾难失业协助系统(Disaster Unemployment Assistance System)，通过该系统居民可以在危机时期申请失业和其他应急基金。

总部位于加利福尼亚的大地茶公司(Good Earth Teas)提供各种绿茶和红茶，有草本成分的、水果口味的、药效的及其他特色茶，在美国的杂货店、精品茶叶店和天然食品商店均有销售。美国FMALI草本有限公司和大地茶公司并入塔塔集团后，利用新的有机范围、新的零售渠道和英国、加拿大等新的市场扩展了新的销售领域。茶叶产品销售的增加和管理范围的扩大使加利福尼亚、新泽西和乔治亚三州的公司员工增至70人。大地茶是一个绿色企业，包装全部使用百分百可回收使用的材料。此外，该公司与美国最早的自然保护组织之一的美国森林组织(American Forests)密切合作。通过彼此合作和资助项目，大地茶帮助美国森林组织种植了20,000多棵树，这些树在50年里将吸收6,667吨二氧化碳，相当于从美

**印度公司判断跨国并购是否可行的主要依据有三个：一是并购是否对被并购公司的所在国有利；二是能否为股东带来更多收益；三是通过并购能否获得学习新知识的机会，能否做得更好和与众不同。**



国的高速路上减掉900辆机动车。

#### 四、结论与启示

印度公司判断跨国并购是否可行的主要依据有三个：一是并购是否对被并购公司的所在国有利；二是能否为股东带来更多收益；三是通过并购

能否获得学习新知识的机会，能否做得更好和与众不同。

印度公司在进行全球化扩张的同时，一直有清晰的并购战略，如塔塔集团收购Corus钢厂正是基于全球钢铁行业集中化趋势的大背景下，为提高与产业链的上游企业谈判、议价能力而实施的“蛇吞象”并购战略。印度公司对被并购公司基本实行“分离、渐进”模式，这使被并购公司基本维持了并购前的原貌，使原有员工

和高层能够认同集团公司的核心价值观，使之能更好地服务于公司。如美国MedAssist公司于2007年被印度Firstsource Solutions公司以3.3亿美元收购后，在19个州内有37个地区办公室，雇员达4500人。他们为近1000家客户提供服务，其中一些是在

美国很有名气的医疗保健机构。

印度企业很善于利用所获得的资源，使被并购的企业获得重生。中国社科院研究员、华商研究中心主任康荣平认为：由于印度企业长期受英国文化和语言的影响，因此它们在海外并购后，在语言和文化沟通方面相对容易。更重要的是，印度文化强调“融合”，印度企业在进行海外并购时也强调“融合”，这对于印度企业盘活和重组那些被并购的企业产生了巨大影响。印度成功并购案的重要特征是在完成并购后，提供一个和谐的环境，从而使两种文化更好地融合在一起。这需要对双方文化、激励系统、价值体系深入了解，以确保新的激励和价值体系对双方都有效，使双方都获益。

印度企业并购后倡导回报社会，积极参与社会公益活动，为当地经济

作贡献。如塔塔集团稳健地参与到回报企业所在社区的活动中，鼓励塔塔员工以多种方式参与慈善和公益活动，实现塔塔作为一个企业的社会责任。在全球，塔塔集团已经开展了许多社会责任项目，并积累了许多成功经验。此外，塔塔集团还专门设立了信托基金、塔塔社会科学研究院 (Tata Institute of Social Sciences) 和塔塔社区项目理事会 (TCCI) 等机构，旨在从资金支持、科学研究和社区发展等方面，为受贫困和疾病困扰的妇女和青少年提供及时的帮助。

因此，中国企业选择并购目标必须有利于企业整体战略的实施，有利于企业整体价值的提升，有利于被并购企业所在国的利益。中国企业在并购前要正确估计金融危机对我国赴美投资的影响，要斟酌投资的背景，投

资企业要有雄厚的资金实力和技术实力，并购双方要互补性强，知根知底，获得准确信息，并购后注重融合，尽量不削减就业岗位，积极回馈社会。

如今中国的企业至少进入了美国 50 个州中的 35 个，涵盖了从制造业到服务业的数十个行业。中国企业家论坛主席、中企万盟董事长田源预计：今后十年，中国赴美投资并购，无论在资金规模上还是行业领域上都会呈现爆发式增长，因为中国积累了三万多亿美元的外汇储备，有实力赴美投资并购。况且，金融危机导致美国很多资产缩水，价格下降到比较低的水平，形成了对美投资的窗口期。印度企业赴美并购的策略和经营理念对我国企业未来赴美并购具有借鉴意义。

#### 主要参考文献

1. Pradhan, J.P. "Indian FDI Falls in Global Economic Crisis: Indian Multinationals Tread Cautiously", *Columbia FDI Perspectives*, No. 11, Columbia Law School and The Earth Institute, Columbia University, August 17, 2009. (For M&A Data)
2. 谌洁：《对当前印度投资环境的综合分析》，载《东南亚纵横》2009年第4期，89—92页。
3. 陈晓君、张伟伟：《印度的 FDI 政策及其演变》，载《长春金融高等专科学校学报》2007年第4期，第35—38页。
4. 景昭：《中印经济发展模式的差异与金融危机中的对策探讨》，载《现代商贸工业》2010年第9期，第101—102页。
5. 施萱：《印度外国直接投资市场解析》，载《国际经济合作》2010年第2期，第77—81页。
6. 张伟伟、罗斯丹：《印度 FDI 流入的决定因素分析》，载《税务与经济》2010年第1期，第58—60页。
7. 塔塔集团百科名片，<http://baike.baidu.com/view/3492527.htm>。
8. 好企业，永不倒，<http://www.tatachina.com.cn/meiti/detail.php?id=348>。
9. 塔塔和企业社会责任，<http://www.tatachina.com.cn/responsibility/responsibility.html>。
10. 印度企业航母之塔塔集团，2012-04-05，[http://blog.sina.com.cn/s/blog\\_52f526870102dyp0.html](http://blog.sina.com.cn/s/blog_52f526870102dyp0.html)。
11. 塔塔们：印度的头象，2007-01-28，<http://money.163.com/07/0128/10/35TU7U04002525CJ.html>。
12. 中三角企业赴美并购将呈爆发式增长，2012-09-19，<http://news.cnhubei.com/xw/jj/201209/t2231729.shtml>。
13. 印度企业何以在全球崛起，2008-03-06，<http://www.chinavalue.net/BookSerialise/BookShow.aspx?ArticleID=23973>。
14. 塔塔集团全球网站，[www.tata.com](http://www.tata.com)[http://www.tata.com/html/Group\\_MnA\\_YearWise.htm](http://www.tata.com/html/Group_MnA_YearWise.htm)。



亚洲研究动态  
Asia Research Network

主编 郭婍庆 赵宗锋

编辑 王惠英

设计 大达期刊设计公司

E-mail: [icwar@bfsu.edu.cn](mailto:icwar@bfsu.edu.cn)

电话: 86-10-88813845

传真: 86-10-88813842

地址: 中国, 北京市海淀区西三环北路2号,

北京外国语大学

世界亚洲研究信息中心, 100089