

國立政治大學國際事務學院東亞研究所

碩士學位論文

中國高鐵在公共外交中的角色

The Role of China High Speed Rail
in Public Diplomacy

指導教授：邱坤玄 博士

研究生：楊家豪 撰

中華民國一〇七年五月

謝辭

時光飛逝、歲月如梭，碩士班三年的日子即將結束。能夠來到政大東亞所就讀對我而言是一段意義非凡的機遇，在這受益良多，獲得許多寶貴回憶，東亞所給予我相當特別的歸屬。在這三年的碩士生涯給我幫助最大的莫過於我的指導老師——邱坤玄老師，謝謝邱老師在我對論文開題階段徬徨無助時給予我一個思考方向，並在我論文撰寫期間給予我許多指導建議與關懷，讓我的論文能夠順利完成。另外，也相當謝謝另外兩位口試委員朱新民老師、張五岳老師給予我的論文許多寶貴建議，使我的論文能夠更加完整、專業性，發揮更大的學術價值。這三年的碩士生涯讓我的人生相當充實，相當感謝東亞所的老師、同學們，還有所辦張姐的協助，因為有你們的協助與關懷，成就一個更優秀的我。相當謝謝曾經在碩士生涯協助我、砥礪我的人，衷心地謝謝你們！

最後，特別感謝我的父母給予我就讀研究所的機會，給予我最大的支持與幫助，提供我衣食無虞的生活環境，讓我專心完成學業。另外，還願意成就我的願望，讓我能夠前往上海復旦大學交換一學期。因為你們給予我的鼓勵與關懷，陪伴我成長茁壯，讓我能夠順利完成碩士學業。

感謝東亞所這三年充滿酸甜苦辣的生活，因為各位的參與，豐富了我的人生，讓我的人生有這段美好的回憶。期望自己能夠持續朝夢想前進，在曲折蜿蜒的人生道路上能夠不畏艱辛持續向前，成就更完整、更強韌的我。

楊家豪謹書

107年5月

摘要

近年，中國高鐵的快速發展受到國際的矚目，中國已然成為全世界高鐵發展最高、營運里程最長、營運時速最快、在建規模最大的國家。中國高鐵不僅僅在中國國內持續的擴展，也開始向外輸出，高鐵不僅僅是單純的交通運輸工具，更扮演著更重要的戰略角色，中國的「高鐵外交」因而誕生。「高鐵外交」是透過正式與非正式的外交行動，從事高鐵領域相關的外交活動，目的是為了實踐中國國家利益與完善外交戰略。簡單來說，高鐵外交的目的是利用高鐵走出去，促進國家利益的實踐，完善外交政策與國家戰略。

根據《中國國家形象全球調查報告 2016-2017》顯示，海外認知度最高的中國科技成就中，「中國高鐵」以 36% 獲得第一，高鐵成為科技創新的國家形象。因此，本文將從「公共外交」的角度出發，去整理與分析「高鐵」在中國公共外交政策中扮演何種角色，它將如何影響中國的對外關係。本文發現中國的「高鐵外交」與「公共外交」是呈現一種「相輔相成」的關係，在中國的對外關係中將扮演越來越重要的角色，深深影響中國「一帶一路」戰略倡議的實踐。中國高鐵已然成為中國的國家門面，對於中國的國家形象將有所提升。

關鍵詞：中國高鐵、高鐵外交、公共外交、軟實力、國家形象

目錄

第壹章 緒論	1
第一節 研究動機與目的	1
第二節 文獻檢閱.....	5
第三節 研究途徑與方法	21
第四節 研究範圍與研究限制	23
第五節 研究架構與章節安排	24
第貳章 中國高鐵外交的發展與地位	27
第一節 中國高鐵的歷史發展	27
第二節 中國高鐵外交的地位	35
第三節 中國高鐵外交的發展與現況	39
第四節 小結.....	44
第參章 中國公共外交的發展與特色	47
第一節 公共外交的發展與定義	47
第二節 開展公共外交對中國的意義	55
第三節 中國公共外交的特點	59
第四節 小結.....	63
第肆章 中國高鐵在公共外交中的角色與影響	65
第一節 國家營銷.....	65
第二節 傳媒宣傳.....	69
第三節 旅遊外交.....	73
第四節 小結.....	76
第伍章 中國高鐵外交的機遇與挑戰	79
第一節 中國高鐵外交的機遇	79
第二節 中國高鐵外交的困境與挑戰	83
第三節 中國高鐵外交的勁敵：日本	90
第四節 小結.....	96
第陸章 結論	99
第一節 研究發現.....	99
第二節 未來展望與建議	106
參考文獻	109

圖次

圖一 國家營銷對中國高鐵品牌國際化效用.....20

圖二 世界高鐵營運里程數前十名.....81



表次

表一 輪軌高鐵與磁懸浮高鐵的比較.....	30
表二 中國高鐵承接的海外項目表.....	43
表三 李克強總理對外高鐵推銷成果表.....	67
表四 中日兩國在東南亞、印度高鐵競逐項目表.....	95





第壹章 緒論

第一節 研究動機與目的

一、研究動機

2008 年金融海嘯席捲全世界，全球經濟遭受嚴重打擊，尤其是已開發國家歐美等國受到衝擊劇烈，發展中國家逐漸受到國際社會的重視，對世界重大的政治與經濟議題扮演關鍵角色，以及世界秩序將由全球性機制與地區性基礎互補狀態與平衡。¹ 中國與東亞更是在這波金融海嘯後受到重視與矚目，中國依靠「中國特色社會主義」的發展模式挺過這場金融海嘯災難，促使中國的國際地位向上提升，讓國際社會開始省思以西方資本主義為首的發展模式是否是唯一的選擇。然而，由於中國出口市場多屬已開發國家，其經濟受到金融海嘯衝擊，進而也對中國產品的出口受到影響，而其經濟成長率也逐漸放緩，無法像過去呈現雙位數的成長。2013 年，中共新一代領導人習近平、李克強上任，針對中國經濟提出「新常態」，並且針對國內經濟體制改革、結構調整作出指導，第一，擴大內需市場，透過中國龐大的人口市場緩解當前出口所造成的經濟衝擊；第二，將國內過剩的產能、資本向外輸出；第三，全面推進創新，進而改變過去中國的經濟型態。² 高鐵正是符合中國想要積極改變其經濟發展型態的重要策略，因此高鐵發展的重要性也隨之提升，高鐵輸出成為了中國對外關係的關鍵支柱。

2016 年 12 月 28 日，中國高鐵「四縱四橫」中最長的「一橫」從東部沿海到大西南地區的「滬昆高鐵」正式通車，中國的高鐵網絡基本已成型。目前中國鐵

¹ 尚剛、陳俊峰，「金融海嘯：世界秩序重建的機遇與挑戰」，**廣東外語外貿大學學報**，第 20 卷第 3 期（2009 年），頁 40-45。

² 李文，「世界經濟的『新常態』與中國的『新常態』」，**當代中國史研究**，第 23 卷第 5 期（2016 年），頁 4-15。

路運營里程已達 13 萬公里以上，其中高速鐵路超過 2 萬公里，超過世界高鐵總里程一半以上。³ 由此，中國對於其高鐵集成技術、施工技術、裝備製造技術和運營管理技術等充滿高度自信，逐步要將其高鐵技術向國外輸出，展現中國為世界一流的高鐵強國。中國高鐵的發展不僅僅是基於國內的發展，亦是對外戰略的重要工具，當 2013 年習近平宣佈中國未來的大戰略「一帶一路」後，中國將透過基礎建設、貿易、投資強化區域整合，這將重塑中國的戰略環境與展現中國的經濟實力，中國高鐵將成為支撐一帶一路大戰略的重要支柱，中國將利用高鐵的鋪展，促使一帶一路沿線的國家連結起來，進而增進經濟、文化、人民之間的交流與合作。⁴ 由於一帶一路沿線國家多屬發展中國家，這些國家在基礎建設方面的空缺相當巨大，中國欲利用此機會，將其創新研發「中國品牌」的高鐵對外輸出，以擴大其海外市場，對外展現中國的實力。根據中國國務院於 2016 年修改的《鐵路中長期規劃》表示，中國分別從西北、西南、東北三個方向修建跨境鐵路，以推進中國與周邊國家的互聯互通，並於 2030 年基本實現國內外的互聯互通。⁵ 中國的「高鐵外交」也將進入快速擴展時期，從 2014 年中國海外合建首條的高鐵在土耳其通車後，陸續與俄羅斯、泰國、印尼、寮國簽署合約，顯現中國高鐵對於許多國家展現高度的吸引力，因此中國的高鐵外交受到國際高度關注，也逐漸成為學術界中國研究的重要議題之一。

隨著中國經濟的快速發展與綜合國力的快速增長，中國近年來逐漸成為國際矚目的市場、國際政治中的主角，各國與中國的交流互動日益加深，然而也伴隨著對於中國崛起的恐慌使得「中國威脅論」的聲浪充斥整個世界，尤其是周邊國家對於中國威脅感擁有更深感受。對於需求穩定的國際環境的中國，才能夠穩健

³ 「中國高鐵：『四縱四橫』改變中國」，**中國青年報**，第 3 版，2016 年 12 月 29 日（檢索日期：2017 年 5 月 2 日）。

⁴ Michelle Ker, *China's High-Speed Rail Diplomacy* (Washington: U.S.-China Economic and Security Review Commission, 2017), pp.3-8.

⁵ 「中長期鐵路規劃」，**中華人民共和國國家發展和改革委員會**，2016 年 7 月 13 日，<<http://www.sdpc.gov.cn/zcfb/zcfbghwb/201607/W020160802639956019575.pdf>>（檢索日期：2017 年 5 月 2 日）。

的進行國家發展，而消除中國威脅論的聲浪，藉以塑造對其友善的國際環境被中國視為首要任務。⁶ 「公共外交」因此成為了中國消弭中國威脅論重要的外交策略，一般認為中國想利用公共外交達到的目的有兩項：第一，塑造中國是負責任大國的形象，以減少他國對中國崛起的擔憂；⁷ 第二，塑造中國是一個值得信賴、合作、愛好和平的夥伴，對於世界穩定的發展是不可或缺的，藉以提高中國的吸引力。⁸ 中國在後冷戰時期定調的時代主題是「和平」與「發展」，除了應對外部的挑戰亦著眼於內部目標，在穩定的國際環境下持續的國家整體發展，期望將中國建設成社會主義小康社會，而中國外交政策的調整，對公共外交的重視也逐漸增加，並且制定出具有中國特色的公共外交，以形塑良好的國家形象，增進中國的吸引力以在國際社會獲得更大的影響力與權力，像是乒乓外交、熊貓外交、孔子學院等，⁹ 甚至是最近的高鐵外交。

近年，中國高鐵也逐漸成為公共外交的關鍵角色，中國想藉由自主創新、高技術水準的高鐵改變中國長期處於低階製造業、低毛利商品、低品質的印象，甚至是扭轉「山寨王國」的稱號，想利用中國高鐵的輸出讓「中國製造」(Made in China) 賦予新的名聲與意涵，藉以增進中國的國家形象，進而吸引其他發展中國家對其自主研發創新過程的肯定與效法。另外，中共領導人習近平、李克強在海外出訪時，或於國內接待貴賓時，兩位都積極的推銷高鐵，讓中國高鐵持續地在國際社會曝光，基於中國領導人的推銷更為中國高鐵的品牌給予肯定與信心，中國高鐵「和諧號」有如「和平之車」將為其它國家的發展帶來幫助與和平，中國期望高鐵將成為中國國家品牌的一顆新星，為中國在國際社會獲得更大的影響

⁶ 秦亞青，「中國特色外交思想和外交理論」，秦亞青主編，**國際體系與中國外交**（北京：世界知識出版，2009年），頁243-248；Yunling Zhang & Tang Shiping “China’s Regional Strategy,” in David Shambaugh, ed., *Power Shift: China and Asia’s New Dynamics* (Berkeley, Calif: University of California Press, 2005).

⁷ Ingrid d’Hooghe, “Public Diplomacy in the People’s Republic of China,” in Jen Melissen ed., *The New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations* (Houndmills: Palgrave Macmillan, 2005), pp.88-103.

⁸ Zheng Bijian, “China’s ‘Peaceful Rise’ to Great-Power Status,” *Foreign Affairs*, Vol. 84, No. 5 (September/October 2005), pp. 18-24.

⁹ Huang Chin-Hao, *China’s Soft Power in East Asia: A Quest for Status and Influence* (Washington: The National Bureau of Asian Research, 2013), pp. 10-12.

力與地位。¹⁰ 因此，中國高鐵逐步扮演起公共外交的角色，中國政府開始利用中國高鐵打造新的科技大國形象，讓其他國家民眾認識到中國的發展與進步。

中國高鐵逐漸成為世界的風潮，高鐵不僅僅是改變了中國的經濟發展型態，現今也將對外輸出而改變世界。2017年5月14-15日於北京舉行的「一帶一路國際合作高峰論壇」中，習近平主席宣佈中國國家開發銀行、中國進出口銀行將分別提供2500億元和1300億元等值人民幣專項貸款，用於支持「一帶一路」基礎設施建設、產能、金融合作，¹¹ 顯現中國對於一帶一路加大的投資力度，以及實踐的決心，高鐵的輸出將成為一帶一路成功的關鍵支柱。中國高鐵在論壇期間也一再受到重視，14日中國與印尼正式達成「雅萬高鐵」的貸款協議，中國國家開發銀行與「印尼中國高鐵有限公司」簽約，正式向印尼貸款45億美元（新台幣1360億元），興建雅加達通往萬隆的高鐵工程。¹²

中國高鐵以「跨越式發展」的方式，挾帶自主創新能力，對高鐵已掌握全面的智慧財產權，奠定中國高鐵走出去的優勢基礎。中國高鐵外交配合著一帶一路戰略倡議逐步開展，越來越受到世界的矚目，在學界也逐步開始針對中國高鐵外交進行探討與研究，但是當前臺灣對於這方面的研究仍明顯不足，主要以政策評論、新聞報導居多，因此本研究想要對此進行深入的探討與研究。另外，高鐵為何會成為中國公共外交的新寵兒，它會如何改變中國的國家形象，扭轉中國長期在製造輸出的負面輿論，而成為創新、高水準的製造大國，本研究將從「公共外交」的角度切入，去解釋近年中國高鐵在公共外交中扮演的角色與作用，這將是本研究想要回答的問題。

¹⁰ 姜岩、董大海、胡左浩，「中國高速鐵路品牌化的內涵與路徑研究」，**鐵道運輸與經濟**，第38卷第7期（2016年），頁66-71。

¹¹ 「堅持市場化運作，辦好一帶一路專項貸款」，**人民網**，2017年5月16日，
<<http://hb.people.com.cn/BIG5/n2/2017/0516/c194063-30186407.html>>（檢索日期：2017年5月18日）。

¹² 「印尼雅萬高鐵專案貸款協定正式簽署」，**新華網**，2017年5月15日，
<http://news.xinhuanet.com/money/2017-05/15/c_1120973322.htm>（檢索日期：2017年5月18日）。

二、研究目的

綜上所述，本研究的目的，即在習近平提出的「一帶一路」大戰略下，試圖解釋有關中國「高鐵外交」對外策略應用的相關問題，而主要的問題如下：

- (一) 試圖理解中國的「高鐵外交」與「公共外交」擁有什麼特點。
- (二) 「高鐵」在中國公共外交政策中扮演何種角色，它將如何影響中國的對外關係？
- (三) 中國「高鐵外交」具備何種優勢？「高鐵外交」過程中碰到的困難與挑戰是什麼？

第二節 文獻檢閱

一、軟實力與公共外交

「軟實力」(soft power) 這個詞是由美國哈佛大學教授約瑟夫奈伊 (Joseph S. Nye) 首先提出的，其主要包含了政治價值觀吸引力、文化吸引力、建構國際規則吸引力，以及決定政治議題的能力。¹³ 軟實力不只是一種說服力，說服他國同意本國的價值與利益，而是一種吸引力，吸引力往往使別人順從同意。軟實力的核心價值在於國家如何運用其吸引力，而非強制力，來促使其目標實現，並使其他國家依照本國方式與本國國家利益界定他國的利益。¹⁴ 奈伊曾經做過此論述：「一個國家使其他國家願意支持、追隨其所制定的議題與國際體系。這種權力，讓別人想要你所追求的，這種吸引力可以建立於國家理念的吸引力，或者是形塑他人的偏好、建設議題的能力。」¹⁵ 奈伊認為美國在 911 恐怖攻擊事件後攻打阿富汗、2003 年攻打伊拉克是美國單邊主義所造成的，而使得美國的國際聲

¹³ Joseph S. Nye 著，吳家恆、方祖芳譯，**柔性權力** (Soft Power: the means to success in world politics) (臺北：遠流，2006)，頁 20-22。

¹⁴ Joseph S. Nye, "Soft Power," *Foreign Policy*, Issue 80, Fall, 1990, pp.165-168.

¹⁵ Joseph S. Nye, *Bound to Lead: The Changing Nature of American Power* (New York: Basic Books, 1990), pp.31-35.

望低落，因此可以看到就算美國的軍事實力有絕對的優勢，仍無法解決國際上許多爭端議題，即奈伊所謂的「美國權力的矛盾」。軟實力的培養與操控是解決此矛盾的不二法門，也造就美國未來對於軟實力的操作更為重視。¹⁶

21 世紀世界各國對於軟實力越來越重視，在國際政治上扮演相當重要的角色，國際行為者在強化本身經濟、軍事、政治權力的同時，亦重視自身文化、價值觀等無形資產的獨特與優點，並將其作用有效發揮。國際政治理論由於軟實力概念的提出，提供了更多元的思考，各國針對軟性外交的施展投入更多的努力，由於軟實力的頻繁展現，讓國際政治的衝突對立面降低不少。軟性外交的靈活運用將會在現今的國際舞臺上成為重要的國際行為，而公共外交(**public diplomacy**)就是當中重要的一種類型。

普遍認為公共外交是由美國塔夫茨大學佛萊徹法律與外交學院院長艾德蒙·古裡奧(Edmund Gullion)於 1965 年所創建的，並且設立愛德華·默羅(Edward R. Murrow)公共外交研究中心，針對公共外交領域的研究正式開啟。根據當時古裡奧對公共外交的定義為：「超越傳統外交的國際關係層面，包含處理公眾態度對於外交政策形成與執行的影響；在其他國家公眾對政府輿論的培養；一國的私人團體或利益團體與其他國家的相互影響與作用；外交官與外國記者之間都溝通與互動；以及跨文化之間交流的過程等。」¹⁷ 然而，並非由美國人首先使用「公共外交」，而是 1856 年 1 月一位英國《泰晤士報》(The London Times)的一篇專欄提出，當時被用在禮貌性批評美國總統富蘭克林·皮爾斯(Franklin Pierce)，認為「美國政治家們務須謹記，假若他們想要像其所期望的那樣給我國的民眾留下某種好印象，那就應當給他們本國的民眾率先垂範，而像公共外交這麼有感染力的例證是再合適不過了」，此處的「公共外交」用作「舉止禮儀」(civility)的

¹⁶ Joseph S. Nye, *The Paradox of American Power: Why the World's Only Superpower Can't Go it Alone* (New York: Oxford University Press, 2003), pp.9.

¹⁷ Nicholas J. Cull, "Public Diplomacy' Before Gullion: The Evolution of a Phrase," *USC Center on Public Diplomacy*, April 18, 2006, <<https://uscpublicdiplomacy.org/blog/public-diplomacy-gullion-evolution-phrase>> (Review Date: May 11, 2017).

同義詞。¹⁸ 直到 1871 年 1 月《紐約時報》(The New York Times) 首次使用「公共外交」這個詞，才將「公共外交」帶入美國，並於第一次世界大戰期間廣泛用於描述一系列新的外交手段。¹⁹

然而，古裡奧對於公共外交原始定義範圍較為廣泛，不足以具體呈現世界各國日益發展的公共外交政策。1990 年，〈美國之音〉前執行主任漢斯·塔克(Hans Tuch)針對古裡奧提出的公共外交定義提出批評，認為太過廣泛，大大超出人們對「外交」一詞的理解。塔克認為：「公共外交是美國政府與外國民眾的溝通過程，美國政府試圖藉由這樣的過程，使得外國民眾理解美國的意圖和想法、制度和文化的，以及美國的目標和現行政策，以避免誤解和衝突產生。」²⁰ 由於塔克的定義較為簡明與清晰理解，符合現實情況與理解上的便利，因此他所提出的公共外交定義較為多數學者認同。此後，西方國家對於公共外交的討論與研究逐漸增加，而各國根據公共外交的定義與理解也出現不同。以美國而言，根據美國國務院《國際關係辭典》(1987 年)的定義，公共外交是指「一國政府發動的計畫，主要透過出版、電影、文化交流、無線廣播和電視等方式告知、影響國外公眾的民意」。²¹

中國對於公共外交的理解大概在 20 世紀 90 年代才開始，中國國務院於 1991 年設立「新聞辦公室」，專門對外介紹中國，以及說明中國的政策。起初，中國對公共外交的研究都聚焦在「民間外交」層面，包括民間外交的基本內涵、發展背景、歷程、意義，以及民間外交發展的困境等。直到美國「911 事件」發生後，才真正興起公共外交的研究，中國更將資源開始大量投入至公共外交領域。²²

¹⁸ 檀有志，「美國學界的公共外交研究簡況」，*美國研究*，第 2 期 (2013 年)，頁 128-143。

¹⁹ Nicholas J. Cull, "Public Diplomacy before Gullion," in Nancy Snow & Phillip Taylor eds., *Routledge Handbook of Public Diplomacy* (New York: Routledge, 2009), pp. 19-21.

²⁰ Hans N. Tuch, *Communicating with the World: U.S. Public Diplomacy Overseas* (New York: St. Martin's, 1990), pp. 3.

²¹ U.S. Department of State, *Dictionary of international relations terms* (Washington: Department of State Library, 1987), pp. 85.

²² 趙玉潔，「中國公共外交的構建：從『文化傳播』到多元擴展」，*山東大學國際關係碩士班學位論文* (2012 年)，頁 6-8。

2004 年，中國外交部新聞司正式設立「公眾外交處」，²³ 2005 年，時任國務院新聞司主任的趙啟正重新詮釋了中國對於公共外交的理解，他認為公共外交「是能夠對中國的歷史和社會發展有信心地予以說明的途徑」。²⁴ 2009 年 10 月，外交部新聞司「公共外交處」升格為外交部新聞司「公共外交辦公室」，並於 2012 年升格為「外交部公共外交辦公室」，全面負責公共外交事務，主要宣傳外交政策，以及協調指導各領事館公共外交工作，向國內外公眾說明對中國公共外交政策的疑惑。從以上的變遷顯示中國官方對於公共外交的日益重視，公共外交的運用成為中國政府重要的外交手段。

2009 年 7 月，時任中國國家主席胡錦濤在第十一次駐外使節會議上論述了公共外交在中國外交工作中的重要地位和作用，指出開展公共外交直接關乎中國國家形象，是新形勢下完善我國外交部局的客觀要求，要進一步加強公共外交和人文外交，開展各種形式的對外文化交流活動，紮實傳播中華優秀文化。²⁵ 這顯示公共外交正式的被納入政府的議事議程之中。2010 年 3 月 7 日，時任外交部長楊潔篪在外交政策和對外關係問題答記者問表示：「公共外交是中國外交重要的開拓方向……現在是因運而生，正逢其時，大有可為。」²⁶ 楊潔篪認為，中國公共外交緊密圍繞黨和國家中心工作，以服務改革發展穩定大局為根本出發點本……將注重弘揚中華文明與借鑑吸納其他文明有機結合，²⁷ 他清楚點出中國的公共外交要有自己特色，指出未來中國公共外交的發展特色。2013 年中國共產黨第十八次全國代表會議報告中第一次明確提到「中國將紮實推進公共外交」，這說明公共外交已提升到國家戰略層面，習近平上任為總書記後，亦不斷在各種

²³ 2008 年更名為「公共外交處」。

²⁴ 趙啟正，**向世界說明中國——趙啟正演講談話錄**（北京：新世界出版社，2005 年）。

²⁵ 「胡錦濤等中央領導出席第十一次駐外使節會議」，**新華網**，2009 年 7 月 20 日，
<http://news.xinhuanet.com/politics/2009-07/20/content_11740850_1.htm>（檢索日期：2017 年 5 月 16 日）。

²⁶ 「楊潔篪就我國對外政策和對外關係問題答記者問」，**中國網**，2010 年 3 月 7 日，
<http://big5.china.com.cn/guoqing/2010-03/31/content_25039481.htm>（檢索日期：2017 年 5 月 16 日）。

²⁷ 楊潔篪，「公共外交與中國國家形象的塑造」，**求是**，第 4 期（2011 年），頁 43-44。

場所提倡公共外交的重要性，習近平在闡述中國夢與中國軟實力時強調，要注重中國國家形象，明確瞭解中國政府對外傳播中國文化、講好中國故事、闡明中國價值的基本路徑，²⁸ 這也正是中國公共外交的主題，亦表明從戰略層次再次強調了公共外交的重要性。

中國學界對於公共外交的使用也隨著政府的日益重視開始熱烈討論，2010年中國第一個也是至今唯一有正式刊號的《公共外交雜誌》成立，豐富了中國公共外交領域的知識，而2012年由中國政府支持的「中國公共外交協會」成立，由前外交部長李肇星擔任會長，為中國公共外交領域提供豐富的討論平臺。至今，也有十幾個公共外交研究中心在中國各大學成立，顯示中國學界對於公共外交的重視，並提供中國政府厚實的諮詢與建議。

針對中國的公共外交發展有眾多學者進行討論，唐小松、王義桅和檀有志等人從戰略層面解釋公共外交的成因，各國將視其需求不同而產生不同種類的公共外交政策，而其邏輯出發是戰略管理。²⁹ 趙可金系統性闡述公共外交的起源、理論、組織體制、目標使命，並針對各國的公共外交實踐進行比較分析，他認為各國根據其資源發展出各自不同的公共外交政策。³⁰ 趙可金對於公共外交系統性的分析，為中國學界在公共外交領域帶來相當大的變化。而有學者視公共外交為中國軟實力的運用，著眼於議題制定能力以及與國際行為者之間的互動。³¹ 中國使用公共外交主要有三個原因：第一，公共外交用來向世界解釋中國；第二，公共外交是幫助中國創造良好國家形象的工具；第三，公共外交的目的是為了實

²⁸ 趙啟正、雷蔚真，「中國公共外交事業的興起」，趙啟正、雷蔚真主編，**中國公共外交發展報告（2015年）**（北京：社會科學文獻出版社，2015年），頁1-3。

²⁹ 唐小松、王義桅，「國外對公共外交的研究」，*國際問題研究*，第1期（2005年），頁60-63；檀有志，「公共外交中的國家形象建構—以中國國家形象宣傳片為例」，*現代國際關係*，第3期（2012年），頁54-56；Wang Yiwei, "Public Diplomacy and the Rise of Chinese Soft Power," *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, Vol. 616, No. 1 (March 2008), pp.257-273.

³⁰ 趙可金，**公共外交的理論與實踐**（上海：上海辭書出版社，2007年）。

³¹ James F. Paradise, "China and International Harmony: The Role of Confucius Institutes in Bolstering Beijing's Soft Power," *Asian Survey*, Vol. 49 No. 4 (July/August 2009), pp.649-669.

踐中國國家利益。³² 學界也開始針對公共外交的子領域進行研究，像是乒乓外交、熊貓外交、孔子學院、夫人外交等，孔子學院作為中國特色的公共外交，以文化傳播為核心，應當依託民間身份，並淡化官方色彩，藉由文化交流的方式讓外國人認識中國，以增進中國的國家形象。³³ 第一夫人外交透過女性的獨特魅力吸引著全世界人民的關注，擁有可以代表國家軟實力的特徵，她涉及慈善、教育、文化、醫療衛生等領域，來增加國家間的信任，增進彼此友誼。另外能夠透過交流，增強國際社會認同，作為文化使節，傳達文化的價值，以讓彼此瞭解，有效的消除敵意。³⁴

目前，對於中國公共外交做出最全面、系統性詮釋的是現任中國人民大學新聞學院院長、《公共外交季刊》總編輯的趙啟正，亦是受到多數研究公共外交領域的學者推崇與認同的。他認為參與公共外交的各方以各種適當方式向外國公眾表達本國國情、說明本國政策、解釋外國對本國的不解之處，同時在國際交流中瞭解對方的有關觀點，進而影響外國政府對本國的政策，以及維護國家利益的作用。³⁵ 公共外交的基本任務是以輿論贏取「國緣」，中國政府必須高度重視「對外傳播」的能力，努力講好中國故事，傳達真實的一面而不穿鑿附會、加油添醋，才能增進中國的國家形象。³⁶

現有文獻多將重點集中在何謂公共外交、公共外交的重要性、如何提升公共外交和公共外交的種類等。眾多文獻在討論中國如何透過公共外交改善中國國家形象，許多學者將公共外交視為消弭中國威脅論、改變不利中國的國際輿論環境的重要法寶。近年來，高鐵的迅速發展亦被認為是中國另外一個公共外交的重要法寶，然而現今學術對於高鐵在公共外交中的角色討論相當稀少，但這卻是一個

³² Falk Hartig, *Chinese Public Diplomacy: The rise of the Confucius Institute* (New York: Routledge, 2016), pp.58-61.

³³ 樊釘，「孔子學院對公共外交的啟示」，*浙江師範大學學報（社會科學版）*，第 38 卷第 6 期（2013 年），頁 120-124。

³⁴ 牛彥歡，「『第一夫人』外交角色研究」，*品牌*，第 6 期（2015 年），頁 325。

³⁵ 趙啟正，*公共外交戰略*（海南：學習出版社、海南出版社，2014 年），頁 8-14。

³⁶ 趙啟正，*公共外交與跨文化交流*（北京：中國人民大學出版社，2011 年），頁 53-57。

進行式且相當重要的議題，因此本研究將要針對此現況不足加以討論，提供一種系統性的觀察與研究。

二、中國高鐵外交

近年來，中國對於高鐵技術的掌握逐漸成熟，經由技術的引進與吸收，到能夠自主研發高鐵新技術，這短短十幾年的「跨越式發展」令世界感到相當驚奇。中國共產黨第十八次全國代表大會的報告中，高鐵已經成為與載人航太、探月工程、載人深潛、超級計算機並列的創新型國家建設的重要成果。³⁷ 因此，中國對其高鐵技術的成就感到高度自信，認為高鐵不僅僅是一種在國內改變中國發展型態的高技術承載工具，中國更要將其高鐵對外輸出，它將對中國未來的外交開展扮演更加關鍵的角色，將會成為中國對外展現與交往的新工具。「高鐵外交」就此成為中國與世界熱烈討論的議題，「高鐵外交」這個詞彙最早是在 2010 年「兩會」期間媒體所使用的一個熱門詞彙，最早來自於香港的媒體《南華早報》(South China Morning Post)，內容提到中國工程院院士王夢恕表示中國正在與 17 個國家展開建設高鐵網絡的談判，這些國家大部分都是中亞和東南亞國家，由於這些國家資金相當缺乏，因此傾向運用本身之天然資源與中國換取高鐵建設資金援助，並針對中國這樣的行為稱作「高鐵外交」。³⁸ 隨後「高鐵外交」就成為了官方、學界、媒體針對中國將高鐵網絡跨越國境鋪設到世界或者輸出高鐵技術的描述，達成與世界各國的合作交往的統稱。

當前關於中國高鐵輸出的研究與討論相當繁多，鑒於習近平成為中共領導人後所提出的「一帶一路」戰略，高鐵的重視程度上升至中國的國家戰略層級，針對高鐵研究的智庫、研究中心相繼成立，例如西南交通大學中國高鐵發展戰略研

³⁷ 「胡錦濤在中國共產黨第十八次全國代表大會上的報告」，**新華網**，2012 年 11 月 17 日，<http://news.xinhuanet.com/18cpnc/2012-11/17/c_113711665_2.htm>（檢索日期：2017 年 5 月 2 日）。

³⁸ “China plans Asia-Europe rail network,” *South China Morning Post*, March 8, 2010, <<http://www.scmp.com/article/707972/china-plans-asia-europe-rail-network>> (Review Date: May 2, 2017).

究中心（2014年6月成立）、中國高鐵網智庫網站（2015年9月成立）等，還有相當多的研討會、期刊針對中國高鐵輸出進行研究與討論，「高鐵外交」、「高鐵輸出」、「高鐵走出去」成為近期學術界相當熱門的主題，顯現中國政府與學界對於高鐵作為支撐「一帶一路」戰略的重要工具相當重視。

本研究發現目前關於中國高鐵輸出的相關文獻著作與討論可以將其歸類為四個層面，前面兩種偏向國內層次、後面兩種偏向國際層次：第一，中國高鐵輸出旨在改變中國的經濟結構與發展方向，並且透過高鐵輸出改變中國長期發展不平衡的情況；第二，透過高鐵輸出換取發展中國家的資源，藉此大幅提升資源獲取量，以及使資源獲取管道多元化，提升中國的資源安全；第三，由中國的海陸權的地緣戰略角度切入，透過高鐵輸出改變中國當前在海上的受阻，以「西進」進行戰略突破，塑造安全穩定的生存環境；第四，將高鐵作為中國對外宣傳的新工具，透過高鐵輸出展開公共外交，以塑造中國良好的國家形象。

（一）經濟結構與發展方向的改變

2008年爆發全球金融危機，這次危機對於發達國家的經濟造成巨大的衝擊，這些中國產品的主要輸出市場呈現經濟低迷，對於中國的出口造成嚴重影響，並且發達國家要求人民幣應當升值的壓力越來越大，這也造成中國產品出口的國際競爭力逐漸下滑，造成中國經濟成長率呈現趨緩狀態。發達國家市場的疲乏、中國勞動成本不斷升高，造成過去長期賴以維生的藍海戰略受到衝擊，而中國政府為了應對當前的經濟疲乏的困局，將以兩個主要的政策作為緩解之道：第一，擴大內需市場，透過中國龐大的人口市場緩解當前出口所造成的經濟衝擊；第二，希望藉由提升製造業的價值鏈地位，從當初低廉的衣服、玩具代工等低階、低毛利的製造導向，轉向成技術驅動與品牌營造等高端、高獲利率的導向。³⁹

甘鈞先、毛豔認為「高鐵外交」主要是服務於中國的經濟結構與發展改革的

³⁹ Linda Yueh, "China's Strategy towards the Financial Crisis and Economic Reform," in Nicholas Kitchen ed., *China's Geoeconomic Strategy* (London: LSE IDEAS, 2012), pp. 38-42.

外交手段，目標是建立中國與周邊國家之間的互聯互通，並且利用與周邊國家交通網絡的改善，加強「西部大開發」戰略，以改善中國東西部發展不平衡的現況。

⁴⁰ 韓國延世大學金凱（Jin Kai）教授表示，中國已經透過高鐵的擴展改變國內的經濟發展型態，現今中國靠著高鐵海外輸出，藉由強化高速的交通網絡來增進中國的經濟發展，未來 30 年中國將藉由高鐵找到快速穩定的發展模式。⁴¹ 整體來說，中國目前想調整過往的國家經濟發展方向，藉由高技術的高鐵輸出，重振中國的經濟發展，而高鐵也因此成為當前重點發展項目，依靠「高鐵走出去」政策尋找更多有潛力的新興市場，藉以解決中國產能過剩、國內經濟疲乏等困境。⁴²

（二）資源安全的鞏固

由於高鐵屬於高投入、高成本，以及低效益、低回報的大型交通建設，全世界至今只有少數幾條高鐵線路接近持平，或者已經持平而開始呈現盈餘狀態，而在中國只有「北京至上海」的線路已經呈現回本狀態。⁴³ 由此可見，高鐵的建設需要龐大的資金成本，然而目前中國高鐵洽談合作興建的對象幾乎是發展中國家，國內並未有龐大的資金支持其建設高鐵這種高成本的大型基礎設施，因此需要中國提供優渥的貸款援助與支援。然而，雖然這些發展中國家未有龐大的資金，但卻有豐富的能源與原物料，因此就成為了雙方合作中的重要籌碼。

對於發展中國家而言，當前需要龐大的資金來進行大型基礎建設的鋪展，但是資金方面卻是一大問題，於是選擇以自身擁有的能源、天然資源做為交易籌碼，藉以換取中國高鐵對於資金貸款的優惠；對於中國而言，由於國家發展對於能源與資源的需求日益擴增，根據國際能源署（IEA）報告顯示，中國於 2009 年石油

⁴⁰ 甘鈞先、毛豔，「絲綢之路的復活：中國高鐵外交解析」，*太平洋學報*，第 18 卷第 7 期（2010 年），頁 23-30。

⁴¹ Kai Jin, "China's Economic Miracle, As Seen Through Its Trains," *The Diplomat*, December 29, 2015, <<http://thediplomat.com/2015/12/chinas-economic-miracle-as-seen-through-its-trains/>> (Review Date: May 2, 2017).

⁴² 王永中，「『一帶一路』建設與中國開放型經濟的轉型發展」，*學海*，第 1 期（2016 年），頁 118-124。

⁴³ 李萍、賈博群，「反思中國高鐵建設的指導理念」，*北京科技大學學報（社會科學版）*，第 33 卷第 1 期（2017 年），頁 56-62。

消費總量高達 22.52 億噸，相比美國石油消費總量 21.70 億噸高出 4%，成為全球第一大能源消費國。⁴⁴ 因此，中國越來越重視海外能源與資源的獲取，希望藉由高鐵輸出換取更多的能源與資源，保障其海外資源的獲取與多元化，以鞏固其能源安全。最著名的案例則是 2013 年 10 月 11 日中國國務院總理李克強前往泰國訪問時，與時任的泰國總理盈拉（Yingluck Shinawatra）達成協議，共同簽署《中泰關係發展遠景規劃》，表示中國有意參與廊開至帕棲的高鐵建設，泰國將以大米抵償部分項目費用，⁴⁵ 而此合作模式被媒體稱作「高鐵換大米」，「高鐵換什麼」逐漸成為中國高鐵外交的重要焦點。中共中央黨校國際戰略研究所研究員門洪華表示，中國必須積極實施「走出去」戰略，大力開拓世界市場和原物料供應基地，逐步提高出口產品的技術程度，藉以實現中國能源和重要原物料進口多元化，⁴⁶ 而使能源消費日益增加的中國能夠鞏固其能源安全，以保障中國持續穩定發展。「高鐵輸出」便是今日中國保障海外能源與資源的重要戰略。

（三）地緣戰略的轉變

本研究發現從「地緣戰略」角度看待中國高鐵外交是當前學界最多人研究與討論的，不論是中國本身還是其他國家。中國高鐵的快速發展，其發展創新使中國高鐵已經成為世界「領跑者」之一。歷史證明，交通運輸工具的大革命能夠改變世界政治與經濟的格局，從 18 世紀蒸氣輪船的誕生，打破了全球的疆界，而哥倫布發現新大陸，開啟了大航海時代，透過輪船跨國貿易逐漸興盛，將傳統的「陸權時代」，轉變為以海洋國家為主的「海權時代」。高鐵的誕生，也逐漸改變現今世界的地緣格局，尤其在中國成功發展高鐵之後，要將其具有優勢的低成本高鐵積極推銷向世界，當中國高鐵開始蔓延擴展之時，新的「陸權時代」似乎即

⁴⁴ Institute for Energy Research, "China: World's Largest Energy Consumer; Surpasses the U.S.," *Institute for Energy Research*, August 6, 2010, <<http://instituteforenergyresearch.org/analysis/china-worlds-largest-energy-consumer-surpasses-the-u-s/>> (Review Date: May 9, 2017).

⁴⁵ 潘旭濤、王璐、尚暘，「中國高鐵駛向東南亞」，*人民日報海外版*，第 2 版，2013 年 10 月 22 日（檢索日期：2017 年 5 月 9 日）。

⁴⁶ 門洪華，「中國國家戰略利益的維護與擴展」，王逸舟主編，*中國學者看世界：國家利益卷*（香港：和平圖書有限公司，2006 年），頁 361-362。

將來臨。⁴⁷ 高鐵成為中國對外發展的重要戰略工具，不僅是改變中國的對外發展政策，也是提醒中國重新審慎思考長期以來「海權」與「陸權」之爭的路線。

鑒於美國的重返亞太政策（Pivot to Asia），美國的跨太平洋夥伴關係協議（TPP）、在海上爭端對中國的強勢態度，特別是在東海、南海與其在亞洲的盟友、朋友共同圍堵中國，似乎呈現海上圍堵之勢，讓中國備感壓力與威脅，「一帶一路」戰略的提出，其中一個重要的原因便是將中國發展戰略向西走，以實踐對美國為首陣營的突破。高鐵不僅能夠幫助推動雄心勃勃的「一帶一路」戰略的互聯互通，更是「一帶一路」戰略能否成功的核心關鍵。⁴⁸ 前中國鐵道部總工程師何華武認為，中國已依靠「跨越式發展」快速吸收與自行研發高鐵技術，未來中國高鐵技術將實施「走出去」的整體戰略規劃，大力挺進國際市場，打造中國品牌的鐵路技術與標準。中國高鐵藉由「性價比高、工期短、適應性強」等優勢對外輸出，延續陸上絲綢之路，妥善利用中國的地緣戰略，將中國的貨物、技術、文化快速傳播出去。⁴⁹

高鐵作為中國的全球戰略轉變提供重要的動力，在「一帶一路」戰略之下，高鐵成為重要的支柱，發揮著不同凡響的影響力。西南交通大學中國高鐵戰略研究中心主任高柏認為，海上由於受到美國、日本對中國採取強硬立場，若從海上走，等於是想要以「破」為主，挑戰美國主導的海上秩序；若中國向西部建立交通基礎設施，建設高鐵和鐵路，從而增加自身影響力，則是以「立」為主，中國能夠從頭建立屬於自己的勢力。若沒有陸權掩護，就沒有確立海權的有利條件；若能夠建立陸權，就能為海權建立有利條件。這就是為什麼要從戰略角度來看高鐵

⁴⁷ 張東勝，「中共『走出去』戰略中的『高鐵外交』：以泛亞高鐵為例」，**國防雜誌**，第 31 卷第 4 期（2016 年），頁 87-112。

⁴⁸ Dingding Chen, "3 Ways China's High Speed Railway Technology Can Help Its Foreign Policy," *The Diplomat*, February 17, 2015, <<http://thediplomat.com/2015/02/3-ways-chinas-high-speed-railway-technology-can-help-its-foreign-policy/>> (Review Date: May 9, 2017).

⁴⁹ 何華武，「中國高鐵：『追趕者』何以變成『領跑者』」，**電氣時代**，第 2 期（2011 年），頁 35。

價值，而不是就高鐵討論高鐵。⁵⁰ 中國高鐵可以推動歐亞大陸的經濟整合，為國際經濟創新創造新的需求，從而注入新的活力，亦為中國帶來一個「新陸權」戰略，藉此凸顯中國地緣戰略的優勢，藉此高鐵為中國帶來全球戰略的「對沖」選擇。⁵¹ 由於中國長期缺少一種全球層面上的戰略對沖態勢，習近平等新的領導班子上任後開始有明朗的改變，「一帶一路」大戰略的提出，顯示中國正在全球戰略層面上建立起「對沖」格局，而高鐵就是當中最重要工具。⁵² 西南交通大學校長徐飛針對中國高鐵「走出去」在政治、經濟、文化等方面都具有重要意義，並認為中國高鐵「走出去」戰略的主旨就在於推動「交通成和」、助力重建「絲綢之路」，最後以「路權」支撐新「陸權」打造新「海權」的重要任務與使命。⁵³

然而，針對高鐵帶來「戰略對沖」的格局也出現了不同的聲音，中國人民大學國際關係學院吳征宇教授對此表達反對，他認為中國高鐵輸出對歐亞大陸的整合造成的陸權戰略風險極大，無助於規避中美之間的戰略矛盾或衝突，而一旦「戰略對沖」成功實踐，極有可能影響中俄關係，造成新的「政經分離，選邊站」的局面，而促使中國重新回到海陸兩難的局面，嚴重衝擊中國日後的發展。中國不應該在海洋發展受到阻礙就暫緩，而應該正視問題與困境，進而完善中國海洋發展的路徑。⁵⁴ 另外，也有學者提出若將中國高鐵過度賦予政治戰略意圖，會讓中國高鐵走出去遭受困境與打擊，將會得不償失。中國社會科學院研究員許利平就認為，中國鐵路走出去的過程中，不能過分戰略化，否則會成為對方向中國要高價的籌碼。⁵⁵

⁵⁰ 鄭凱峰、紹海濤、郝佳佳，「中國高鐵走出去的積極意義和應對措施：『中國高鐵走出去戰略高峰論壇』嘉賓發言綜述」，*西南交通大學學報（社會科學版）*，第 15 卷第 1 期（2014 年），頁 2-4。

⁵¹ 高柏，*高鐵與中國 21 世紀大戰略*（北京：社會科學文獻出版社，2012 年），頁 7-14。

⁵² 高柏，「新陸權時代的中國高鐵大戰略」，*海峽評論*，第 291 期（2015 年），頁 64-72。

⁵³ 徐飛，「中國高鐵『走出去』戰略：主旨、方略、舉措」，*中國工程科學*，第 4 期（2015 年），頁 4-8。

⁵⁴ 吳征宇，「向『陸』還是向『洋』？——對〈高鐵與中國 21 世紀大戰略〉的再思考」，*二十一世紀評論*，第 135 期（2013 年），頁 105-113。

⁵⁵ 江瑋，「中泰鐵路變局」，*財經雜誌*，2016 年 4 月 18 日，<<http://magazine.caijing.com.cn/20160419/4107646.shtml>>（檢索日期：2017 年 5 月 4 日）。

中國的「高鐵外交」逐漸受到世界重視，尤其在「一帶一路」戰略提出後，中國更加投入至高鐵輸出的項目，也逐漸獲得成效，開始贏得許多訂單，而許多國家也逐漸感到擔憂，中國是否依靠高鐵的對外輸出，成為改變國際政治與經濟格局的重要一步。著名的中國與東南亞研究學者韋傑夫（Geoff Wade）認為，「高鐵外交」將是未來幾十年在中國對外關係中重要的應用機制，高鐵將成為中國的經濟與外交手段，並透過昆明為樞紐進軍東南亞，中國高鐵將成為一個地緣戰略遊戲規則改變的重要工具。⁵⁶ 美國戰略與國際研究中心（CSIS）研究員馬修·古德曼（Matthew Goodman）與強納森·希爾曼（Jonathan Hillman）表示，未來幾十年亞洲的經濟舞臺將會透過新的道路、高鐵等基礎設施的互聯互通而展開，中國的一帶一路戰略要將歐亞大陸進行整合，以推動更大的地緣戰略利益。作為長期擁有龐大利益在亞洲的美國應加強亞洲基礎建設的投資與建設，保持美國在亞洲的影響力與地位，避免中國的一帶一路戰略損害美國的國家利益。⁵⁷

日本作為亞洲傳統的強權，長期與中國呈現地緣政治競爭，而近年與中國在政治、經濟、外交等各領域的競爭態勢日益白熱化。中國的「高鐵外交」更讓日本感到擔憂，深怕中國靠著高鐵強化其在地緣政治、地緣經濟的影響力，對日本的國家利益造成衝擊，甚至將日本排除在這波亞洲快速發展的潮流中。安倍晉三成為日本首相後，積極的對外推展「新幹線」，以實踐安倍經濟學中的出口成長戰略，這也促使中日高鐵的正面對決，尤其在東南亞的互相角逐更是激烈，雙方皆拚上「國家顏面」要贏得這場戰局。日本首相資深顧問和泉洋人表示，在這場高鐵的競爭中，不僅關係到綜合國力與影響力的競爭，更關係到的地緣政治和外交政策等複雜因素。日本將依靠在印度高鐵的勝利站穩腳跟，展開示範效應，未來在其他國家超越主要的競爭對手中國。⁵⁸ 東京財團研究員小原凡司認為，中國

⁵⁶ Geoff Wade, "Changing Asia: China's high-speed railway diplomacy", *Australian Strategic Policy Institute*, December 2, 2013, <<https://www.aspi.org.au/changing-asia-chinas-high-speed-railway-diplomacy/>> (Review Date: May 9, 2017).

⁵⁷ Matthew P. Goodman & Jonathan E. Hillman, "Asia's Next Act: Infrastructure Reshapes the Region," *Global Economics Monthly*, Volume 5, Issue 10 (October 2016), pp.1-2.

⁵⁸ Isabel Reynolds, "Abe eyes India to cement high-speed rail dominance over China," *The Japan*

想依靠「一帶一路」戰略增進中國的對外影響力，並且利用港口與高鐵的投資與建設深入東南亞、南亞、西亞、中東，甚至是歐洲，這是否將促使國際上出現一個以中國為核心的巨大經濟集團，甚至包含政治、軍事方面，這是日本需要擔憂與防範的。⁵⁹

（四）公共外交的塑造

高鐵在公共外交扮演的角色將是本研究想要去回答的問題，高鐵輸出不僅僅是解決中國國內經濟發展問題、資源安全的鞏固，或者服務於「一帶一路」藉以擴張中國的地緣政治影響力，更加重要的是高鐵作為中國「公共外交」的一張新的國家名片，是近年中國積極應用於改善中國國家形象的重要政策工具。中國利用高鐵的對外輸出，讓其他國家理解與認識中國的進步發展。尤其針對周邊國家長期瀰漫的「中國威脅論」，對於中國一直有著戒備與懷疑的態度，中國高鐵將是化解與消弭其疑慮的「和平之車」，中國將投入大量資金與力道改善其交通狀況，藉由高鐵的建設帶動該國經濟發展，並讓當地人民瞭解中國高鐵的精神，即「產業報國，勇於創新，為中國夢提速」，高鐵將扮演中國對外門面擔當的重要角色。⁶⁰

當高鐵深入至當地國建設，若是過多的政治、經濟利益，將會遭到當地民眾的反感與厭惡，因此必須設法讓當地民眾一同加入至高鐵建設中，利用此機會施展公共外交，讓他們更加認識與理解中國高鐵與中國。施張兵認為，中國高鐵外交是一種複合型外交，除了經濟利益，還有公共外交領域，因此需要注重東道國的切身感受，應加大東道國人民參與高鐵建設力道，以協助解決就業問題，並且讓中外員工在建設高鐵中相互交流與理解，這將增進雙方人民友誼，進而推進兩

Times, November 11, 2016, <<http://www.japantimes.co.jp/news/2016/11/11/business/abe-eyes-india-cement-high-speed-rail-dominance-china/>> (Review Date: May 9, 2017).

⁵⁹ 小原凡司，「中國對外戰略の展開」，**東京財團**，2015年3月25日，<<https://www.tkfd.or.jp/research/china/a00550>>（檢索日期：2017年5月9日）。

⁶⁰ 鄔群亮、徐鴻斐，「深植創新基因，打造高鐵名片」，**思想政治工作研究**，第11期（2016年），頁23-25。

國關係的發展。⁶¹ 趙偉認為中國高鐵輸出應積極推動「本土化」戰略，適應東道國的經濟、政治、人文等方面的環境，並淡化企業的母國色彩，注重當地人才的培養與雇用，並在技術、材料等方面也要實現本土化，並且還要增強企業履行社會責任意識，以廣泛獲得當地人民的認同與支持，建設良好的形象，以達到公共外交的目的。⁶²

國際宣傳也是中國高鐵發揮其公共外交角色重要的一環，高鐵在中國不僅僅只是企業販售輸出的運輸工具，更是代表國家的顏面。國家在對外宣傳銷售就成員相當重要的角色，尤其當前的中共領導人習近平、李克強在國外訪問時積極推銷中國高鐵的行為受到國際矚目。從國家層面宣傳中國高鐵將能夠讓世界各國充分瞭解高鐵對中國經濟發展、產業結構調整、國際形象提升等方面的積極效應，擴大中國高鐵在國際上的影響力和吸引力。澳洲洛伊國際政策研究所（Lowy Institute for International Policy）研究員 Peter Cai 認為中國國務院總理李克強作為中國高鐵「超級銷售員」是相當成功的，已經贏得印尼、匈牙利、塞爾維亞高鐵訂單。中國將藉由高鐵的輸出打造中國品牌的優勢，以及將中國標準向外擴展，藉以取得全球價值鏈中更高階的地位，展現中國的國際形象。⁶³

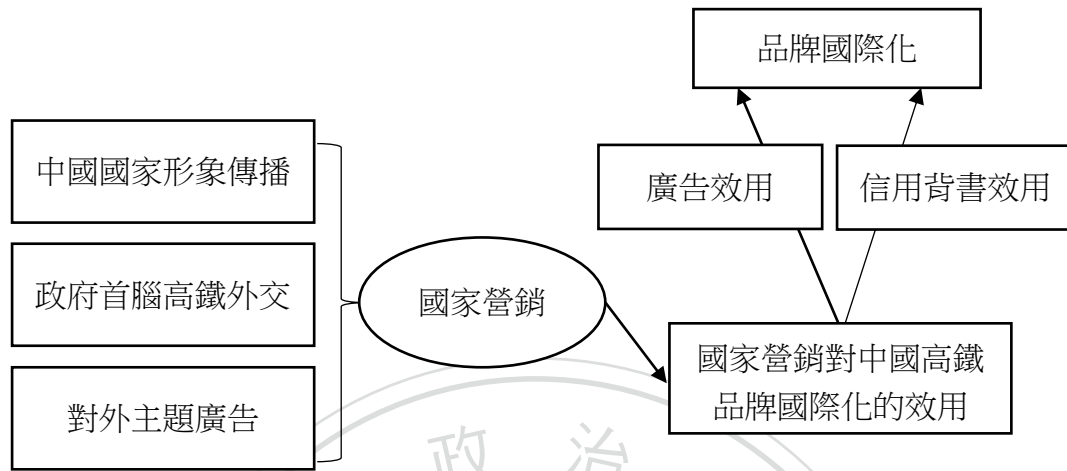
有學者利用公共外交中「國家營銷」的方式來說明中國高鐵如何幫助中國提升國家形象，胡海晨、林漢川、張思雪提出中國高鐵透過自主創新、示範效應、國家營銷提升高鐵品牌的核心價值與競爭力，藉此提高中國高鐵品牌在國際市場的知名度、品牌形象以及用戶認可的品牌國際化模式。作者從品牌銷售、國際行銷角度進行切入，提出「三重效用疊加」的「國家營銷」方式對中國高鐵品牌國

⁶¹ 施張兵，「新絲綢之路時期的中國高鐵外交研究」，*廣州大學學報（社會科學版）*，第 15 卷第 9 期（2016 年），頁 70-76。

⁶² 趙偉，「『一帶一路』戰略下中國高鐵『走出去』政治風險研究」，*對外經貿*，第 8 期（2016 年），頁 53-58。

⁶³ Peter Cai, "Li's Pitch on High-speed Trains Part of China Regional Push," *Lowy Institute for International Policy*, March 25, 2017, < <https://www.lowyinstitute.org/publications/li-s-pitch-high-speed-trains-part-china-s-regional-push> > (Review Date: May 10, 2017).

際化的提升，⁶⁴ 藉此強化「中國製造」的品牌塑造，並對中國國家形象能夠有我提昇（如圖一）。



圖一 國家營銷對中國高鐵品牌國際化效用

資料來源：筆者整理自胡海晨、林漢川、張思雪，「三重效用疊加的中國高鐵品牌國際化發展模式及啟示」，*北京交通大學學報（社會科學版）*，第16卷2期（2017年），頁34-40。

另外，也有學者以企業作為主體角色做分析，以企業在公共外交中的作為與責任為出發，透過「個案研究」進行分析。盧暄針對中小企業在中國高鐵輸出中扮演的角色進行切入，以「青島美萊軌道股份有限公司為例」，他認為在中國高鐵輸出不僅僅是政府、國企、大型企業為主體，中小企業在更是這波「高鐵外交」的隱藏主體，而不僅僅是這一政策的簡單跟隨者。中小企業能夠以更加靈活、精緻的做法，而青島美萊透過積極參與國際鐵路展，積極於相關的國際企業合作交流，並且配合戰略規劃，積極延攬海外人才，以大力創新研發，體現出「小而美」、「小而優」的特點，以此發揮其企業特色優點，完善其「企業外交」主體的功能，藉此在高鐵領域中打造出「小企業大品牌」的形象。⁶⁵

綜合上述文獻分析與檢閱，筆者發現當今關於高鐵外交方面的文獻雖逐年增加，但整體來說仍然不足，多數文獻屬於雜誌、評論居多，以碩士、博士論文為

⁶⁴ 胡海晨、林漢川、張思雪，「三重效用疊加的中國高鐵品牌國際化發展模式及啟示」，*北京交通大學學報（社會科學版）*，第16卷2期（2017年），頁34-40。

⁶⁵ 盧暄，「『高鐵外交』與中小企業海外拓展——以青島美萊軌道股份有限公司為例」，*公共外交季刊*，第3期（2016年），頁13-18。

例，筆者透過關鍵字「高鐵外交」、「高鐵輸出」、「高鐵走出去」進行搜尋，兩岸這方面的碩士、博士論文加總只有約 20 多篇，而多數還是屬於工程、營運商業模式領域，顯現目前對於「高鐵外交」方面的研究仍屬不足的狀況。⁶⁶ 本研究的重點將是回答中國高鐵在公共外交扮演的角色與作用，但這方面的文獻筆者發現目前仍不足，多數文獻仍集中在高鐵在地緣政治中發揮的作用與影響，或者是屬於鬆散的討論，並未有系統性的梳理與討論，但中國高鐵在公共外交扮演的角色卻是一個相當重要的議題，是理解現今中國「高鐵外交」政策中重要的一個思維。因此，本研究將重點放置於高鐵在公共外交層次上面的分析，提供系統性的脈絡而使讀者理解，期望有助於豐富現有研究領域，將能夠有助於補足這方面略顯缺乏的研究，進而達到本研究的學術貢獻。

第三節 研究途徑與方法

一、研究途徑

研究途徑是指選擇問題與相關資料的標準，闡明研究者將由何種層次、角度為出發點進行觀察與分析。⁶⁷ 公共外交策略逐漸成為中國政府積極運用的對外關係舉措，尤其在習近平時代公共外交已經升級成「國家戰略」層級，故本研究將以「公共外交」作為主要的研究途徑，以此視角深入探討「中國高鐵」在公共外交政策中的角色，探究其將如何影響中國的對外關係。本研究將利用公共外交概念試圖分析近年日益提升的高鐵外交，不僅僅是從地緣戰略的角度去分析與研究高鐵外交，高鐵在公共外交的作用更是重要，中國如何透過高鐵來提升其國家形象，展現其大國的吸引力與影響力，進而為本研究理出清晰輪廓並完善本研究，因而對中國的高鐵外交提供不一樣的視角切入，能夠較為清晰的理解近年中國高

⁶⁶ 筆者透過關鍵字「高鐵外交」、「高鐵輸出」、「高鐵走出去」進行文獻搜尋，臺灣方面以國家圖書館的「台灣碩博士論文知識加值系統」進行搜尋；中國方面以中國國家知識基礎設施的「中國博士學位論文全文數據庫」、「中國優秀碩士學位論文全文數據庫」進行搜尋。

⁶⁷ 孫本初，「如何寫一篇優質的碩博士論文」，發表於《撰寫碩博士論文與投稿期刊學術論壇》，（台北：台北大學，2005年）。

鐵外交的特色，以及其與公共外交之間的關係，以此期盼能夠增進本研究的學術貢獻與價值。

二、研究方法

研究方法是指蒐集與處理相關資料的程式與手段，主要是針對自己所欲探究的主題與相關問題，擬定如何進行蒐集與分析資料。⁶⁸ 本文欲使用文獻分析法（Document Analysis）、歷史研究法（Historical Method）為主要研究方法。具體的研究方法如下：

（一） 文獻分析法

文獻是紀錄人類知識的載體，文獻分析法則是透過具有系統並且客觀地去界定、證明以及評鑑的方法，藉由文獻分析法我們可以確定過去在歷史上所發生過的事件之確實性以及結果，並且也可以經由資料的分析而獲取我們所需要的研究內容。其分析的順序有四步驟，即閱讀與整理（reading and organizing）、描述（description）、分類（classifying）、詮釋（interpretation），文獻分析法主要的目的在於瞭解過去、洞悉現在、預測未來。⁶⁹ 本研究將以文獻分析法為主要研究方法，透過蒐集與「公共外交」、「中國軟實力」、「國家營銷」、「中國高鐵外交」、「中國高鐵輸出」、「中國高鐵走出去」等相關中外文獻，以及中國高鐵相關宣傳片、宣傳文宣、紀錄片、影視節目等視聽資料，藉以去分析、探究高鐵在中國公共外交政策中的角色與影響。在文獻資料的來源部分則以相關書籍、學術期刊論文、相關官方出版品、新聞報導、中國官方或國際組織相關數據與資料為主，期望透過更加多元的文獻資料，結合高鐵相關的影音資料，使本文能更加充實與完整，以求更學術貢獻價值。

⁶⁸ 李琳山，「研究方法（一）：基本概念」，朱法源主編，**撰寫博碩士論文實戰手冊**（台北：正中出版社，1999年），頁160-162。

⁶⁹ 葉志誠，**社會科學概論**（臺北：揚智文化，2000年），頁102-103；葉志誠、葉立誠，**研究方法與論文寫作**（臺北：商鼎文化，2001年），頁100-102。

（二） 歷史研究法

歷史研究法是以歷史作為研究的材料，它是一種研究過去發生事實的方法，並以科學的態度蒐集材料、進行考證和證實，而透過系統性的整理與解釋，將用以描述事實與建立事實與事實之間的因果關聯為目的，可以重建過去並預測未來，因屬於經驗研究領域。⁷⁰ 本研究將透過中國高鐵的發展歷史、相關政治人物的重要談話、政策之制定等，進而梳理中國高鐵發展的前後因果關係以及內外環境因素，如何將外部技術引進與吸收，經由跨越式的創新發展，創造出中國品牌高鐵，甚至開始對外銷售。由此，將可以明確透過歷史而討論現況發展，進而推測未來。

第四節 研究範圍與研究限制

一、研究範圍

由於世界各國對於高鐵的定義不盡相同，根據國際鐵路聯盟（International Union of Railways, UIC）的定義：新建的高速鐵路系統時速須達 250 公里以上，或是經過升級改造的高速鐵路時速須達 200 至 220 公里以上才符合標準。⁷¹ 目前，中國對於高速鐵路最新的定義是由中國鐵道部 2015 年 2 月 1 日實施的《高速鐵路設計規劃》，其表示中國高速鐵路系統是在時速 250 公里至 350 公里，並明文規定只能運行動車組列車，禁止傳統列車上高鐵。⁷² 由於目前中國高鐵的海外項目仍甚少，多數屬於發展中國家，基於成本問題以「預留」時速為主，因此本文在下列討論的高速鐵路將以國際鐵路聯盟（UIC）為主要基準，並且包含預留時速，以較為寬鬆的定義去探討中國高鐵外交的項目。

⁷⁰ 顧力仁，「歷史法及其在圖書館學研究上的應用」，書府，第 18-19 卷（1998 年），頁 48-62。

⁷¹ “The High speed Definition of European Union,” *International Union of Railways*, <<http://www.uic.org/highspeed#General-definitions-of-highspeed>> (Review Date: May 22, 2017).

⁷² 「國家鐵路局批准發佈《高速鐵路設計規範》」，中華人民共和國鐵路局，2014 年 12 月 22 日，<http://www.nra.gov.cn/xwzx/xwdt/xwlb/201412/t20141222_9474.shtml>（檢索日期：2017 年 5 月 22 日）。

由於中國的高鐵外交是試圖以改善既有的交通運輸模式，達到與周邊國家與地區間更加緊密的「互聯、互通、互往」關係，進一步將歐亞各國與中國本身做連結，達到有效的整合，以提升中國的綜合實力與影響力，故討論時將考量到政治、經濟、外交、軍事、社會、文化等多元層面，這將會使本研究的焦點模糊。故本研究試圖從「公共外交」角度出發，將「高鐵外交」與「公共外交」進行結合探討，以清楚剖析中國高鐵在公共外交中的角色，以及其所發揮的影響作用。

二、研究限制

本研究欲採用文獻分析法、歷史研究法、訪談研究法，然而中國新聞媒體、期刊論文、官方資料仍多受限制，再加上由於高鐵外交屬於國家戰略層次議題，或者是商業機密部分，因此許多檔資料取得有窒礙難行之處，故本文只能夠從公開資訊、網路資料與相關著作文獻中蒐集與整理，因而影響本研究的完整性與正確性，這是本研究的限制之一。由於本研究將焦點放置公共外交層面，除了中國本身，當事國的感受更加重要，因此當事國書籍著作、期刊論文、新聞媒體就相當重要，然而這將包含許多語言，筆者不諳多種語言，因此在相關資料選擇上面將會有所受限，故作者將以當事國以英文為主的重要智庫、媒體、專家學者的文章作為彌補，這是本研究的限制之二。

最後，即使研究者以理性分析為基礎，仍然在資料採用、文獻引用、理論選用解釋過程中，都會涉及到主觀意識與個人背景經濟的影響。因此，筆者在進行研究分析與價值判斷前，將盡量採取各種文獻、角度，以盡量降低主觀態度對研究影響的偏差，因而保持研究的客觀性與事實性。

第五節 研究架構與章節安排

本文主要分為五個章節，第壹章為緒論、第貳章為中國高鐵的發展與策略、第參章為中國公共外交的發展與特色、第肆章為中國高鐵在公共外交中的角色與

影響、第五章為中國高鐵外交的機遇與挑戰、第陸章為結論。

首先第壹章包含研究動機與目的、文獻檢閱、研究途徑與方法、研究範圍與限制，以及章節安排，此為一描述性的研究，目的是對本研究所欲探討之主題做一基本性概述與理解。

第貳章主要論述中國高鐵的發展現況，藉由高鐵的發展歷史的探討，理解中國高鐵如何透過短短幾十年的「跨越式發展」，經由引進、吸收、創新，最後輸出，已成為國際矚目的高鐵大國之一。特別是在創新到輸出階段的理解，將有助於本研究理清歷史的來龍去脈，以及對於高鐵外交的重要影響。另外，探究中國高鐵外交的起源與核心，理解中國高鐵在中國對外關係佈局中的角色，並從中國高鐵外交的現況的整理，清晰理解中國高鐵外交至今的走向與成果。

第參章將針對中國的公共外交發展進行回顧，藉由歷史的理解去探究中國對公共外交的目標與期望，以此對現今高鐵作為公共外交的新項目有所啟示。另外，也將中國開展公共外交的意義進行整理與理解，並且歸納出中國公共外交的特色，以此理解中國如何透過中國特色的公共外交對外發展，以消弭中國威脅論的聲浪，進而改善中國的國家形象，以及增加其國際影響力。

第肆章將為本研究的主軸，也就是探討中國高鐵在公共外交中所扮演的角色，以及如何對中國的公共外交產生重大影響，並且將從各角度去探究：國家營銷、傳媒宣傳、旅遊外交。由此，探討高鐵將如何為中國的公共外交增添風采，傳播中國的國家形象與中國的價值理念，進而促使外國對於中國的好感度有所提升。

第五章將討論中國高鐵外交的機遇與挑戰，探究中國高鐵外交擁有那些主要優勢，如何透過這些優勢幫助中國高鐵順利走出去。然而，中國高鐵外交開展的過程中也將遇到許多困境與挑戰，理解中國高鐵對外輸出中所面臨的主要困境，以及各國對其的擔憂。另外，中國在高鐵外交中出現一個主要的競爭者：日本，

安倍晉三成為日本首相後，也大力向外推薦日本新幹線，並且在許多個國家與中國展開正面交鋒，雙方的競逐呈現白熱化局面。

最後是結論的部分，首先將闡述中國高鐵外交的意圖與影響，並且分析中國透過哪些層面影響其公共外交政策，對外道出一則則中國高鐵的「好故事」，以此塑造中國良好的國家形象，而增進外國對中國的好感度；再次，討論與分析中國高鐵外交遇到的困境與挑戰，探討中國高鐵是否是公共外交的兩面刃，它既是消弭中國威脅論的利器，亦是增添中國戰略意圖的不確定性，並且對本研究進行總結；最後，將探討本研究在未來能夠延伸討論之部分與方向，希冀能將此論文研究在未來加以完善、擴大與增加其學術貢獻。



第貳章 中國高鐵外交的發展與地位

第一節 中國高鐵的歷史發展

中國高鐵的發展相當迅速，短短幾十年所累積的技術便能與傳統的高鐵大國日本、德國、法國、加拿大等並駕齊驅，甚至在某些技術層面上已經是先驅，像是「流動式架橋機」技術的應用，讓高鐵運行的高架橋能夠快速建成。因此透過中國高鐵的歷史發展回顧，可以幫助我們理解中國高鐵如何能從無到有、由弱到強，最後走出了一條後來居上的「跨越式發展之路」，至今擁有全世界營運里程最長、營運時速最高等世界第一的成就。¹ 現今，中國高鐵秉持著高技術、低成本、建設快等優勢「走出去」，開始將高鐵技術輸往世界各地，展現其高鐵實力，並藉以塑造中國國家形象。

中國高鐵歷史的發展一般認為是在2004年中國國務院通過《中長期鐵路網規劃》，確立「京滬高鐵」將招標引進國外高鐵技術作為中國高鐵發展元年，² 但實際上在2004年之前中國高鐵的技術發展就早已展開，先前的技術試驗對於後面引進外國高鐵技術的吸收消化奠定相當重要的基礎。本文將針對中國高鐵的發展歷史分為四個階段：技術累積時期（2004年以前）、技術引進消化時期（2004~2008年）、自主創新時期（2009~2015年）、高鐵走出去時期（2015年~迄今）。

一、技術累積時期（2004年以前）

1978年10月鄧小平受日本政府邀請進行為期8天的國是訪問，在考察日本新幹線時接受日本媒體訪問，他說：「搭乘新幹線很快，像風一樣快！有催人跑的意思，我們現在正合適坐這樣的車。我們現在很需要跑！」此時中國列車最高時

¹ 劉憶魯、劉長銀，「中國高鐵發展的模式概述」，*現代商業*，第12期（2016年），頁36-37。

² 「中長期鐵路網規劃」，*人民日報*，01版，2004年01月08日（檢索日期：2017年12月5日）。

速也才80公里，許多列車時速都不足60公里。³ 根據統計，1993年中國全國列車平均旅行速度僅有48.1公里/小時，國外卻已經擁有300公里以上時速的高鐵。⁴ 這也促使中國開始思考如何大幅改善中國鐵路的速度，提出積極發展高鐵技術的計畫，而「京滬高鐵」便是首要建造的任務，但「京滬高鐵」卻經歷了中國國內高鐵發展的兩次大論戰，延遲到2004年才拍板定案建設，2008年才正式開工建設。兩次的大論戰分別是「急建派」與「緩建派」的論戰，以及「輪軌派」與「磁懸浮派」的論戰，這兩場論戰深深影響中國高鐵發展的歷程，奠定未來發展相當重要的基礎。

（一）「急建派」與「緩建派」之爭

「急建派」與「緩建派」的爭論起點是1990年中國鐵道部完成《京滬高速鐵路綫路方案構想報告》，並提交七屆全國人大三次會議討論。1993年4月，鐵道部和當時的國家科委、國家計委、國家經濟貿易委員會和國家經濟體制改革委員會（簡稱「四委一部」）聯合成立了「京滬高速鐵路前期研究課題組」，論證京滬高鐵建設的必要性，他們認為京滬高鐵越早建設越有利，力爭1995年開工，2000年前完工。⁵ 1994年6月鐵道部在北京香山舉辦一場「高速鐵路研討會」，這將是日後影響中國高鐵發展的轉捩點。「緩建派」為代表的前上海鐵路局總工程師華允璋、原鐵道部專業設計院副院長姚佐周，「緩建派」兩個主要論點：第一，既有的京滬鐵路技術改造潛力仍然相當大，不需要新建鐵路；第二，中國經濟仍不發達，人均GDP還未達1,000美金，消費水準低，民眾仍無法負擔高昂的票價。⁶ 「緩建派」認為以「擺式列車技術」與「實現鐵路電氣化」對既有京滬鐵路進行升級改造，這樣的作法是當前首要的任務。

³ 王雄，**中國速度：中國高速鐵路發展紀實**（北京：外文出版社，2016年），頁1-2。

⁴ 「高鐵時速重回350公里，背後故事不是你想的那樣」，**中國新聞網**，2017年9月23日，<<http://news.sina.com.cn/c/nd/2017-09-23/doc-ifymeswc9471228.shtml>>（檢索日期：2017年12月5日）。

⁵ 李樹德，「京滬高鐵研究歷程和主要工程概述」，**鐵道標準設計**，S1期（2006年），頁1-5。

⁶ 高鐵見聞，**高鐵風雲錄**（長沙：湖南文藝出版社，2015年），頁238-239。

「急建派」是以時任鐵道部總工程師沈之介、中科院院士沈志雲，「急建派」主要認為京滬鐵路運輸能力已達到飽和，必須要趕緊建設京滬高鐵以舒緩交通。最後，1996年3月全國人大批准的《國民經濟和社會發展「九五」計畫和2010年遠景目標綱要》中明確表示，下個世紀前10年，集中力量建設一批對國民經濟和社會發展具有全域性、關鍵性作用的工程……著手建造京滬高速鐵路，形成大客運量的現代化運輸通道。⁷ 因此，京滬高鐵被排除在「九五計畫」之外，開工日期被推延到21世紀後，「緩建派」在此次論戰中獲得勝利。

（二）「輪軌派」與「磁浮派」之爭

隨著時間推移，中國改革開放帶來許多豐收的成果，經濟水準逐漸提高、社會流動頻率增加，鐵路使用越來越加頻繁，而京滬鐵路升級化後雖改善其運輸能力，但其負載力也開始逐漸升到繃緊狀態，因此「京滬高鐵」的建設與否再度浮上檯面，而京滬高鐵的技術路線之爭被式接下來圍繞的重點，到底是輪軌好，還是磁浮好呢？1998年6月時任中國國務院總理朱鎔基在全國兩院院士大會上提出可不可以使用「磁懸浮技術」來修建京滬高鐵的想法，開啟了「輪軌派」與「磁浮派」的爭論。⁸ 「輪軌派」以時任鐵道部副部長孫永福、沈之介、沈志雲等人為代表；「磁浮派」以中國科學院院士嚴陸光、何祚庥等人為代表。

「輪軌派」基於三項主張認為「磁浮派」不可行：第一，從成本來看，磁浮高鐵造價過於昂貴，產出比過於低，性價比不符合需求。根據統計，1300公里的京滬鐵路若用磁懸浮技術，造價將達4000億人民幣，而高速輪軌約為1300億人民幣；⁹ 第二，從技術成熟度來看，目前磁浮技術掌握國家德國、日本仍處試驗階段，以商業營運來說仍不夠成熟，這對線路長的京滬鐵路來說，營運經驗非常重要，因此安全風險過高。第三，以鐵路網相容而言，磁浮線無法變軌連結普通鐵

⁷ 「關於國民經濟和社會發展「九五」計劃和2010年遠景目標綱要的報告」，人民日報，02版，1996年3月18日，（檢閱日期：2017年12月5日）。

⁸ 李偉，「中國高鐵21年爭議未止」，東方早報，2011年6月30日（檢閱日期：2017年12月5日）。

⁹ 王強、羅率，「京滬高鐵十年一覽」，商務週刊，第17期（2004年），頁50-57。

路，這將導致乘客在兩條線路的交界站得換乘，對於鐵路運輸系統的效率有很大的衝擊。¹⁰「磁浮派」則認為磁浮高鐵是先進的技術，平均時速可高達430公里，這是輪軌高鐵無法比擬的，甚至它還有持續向上提速的可能性。另外，磁浮高鐵還具備低環境汙染、能源消耗低、噪音低、安全舒適等優點，中國若能掌握這項技術將對未來的交通運輸發展具備一定影響力（如表一）。

表一 輪軌高鐵與磁懸浮高鐵的比較

技術 指標	輪軌	磁懸浮
造價	低	高
最高營運速度	低	高
商業營運	大規模	極少
與現有中國鐵路網的連結	可行	無法
中國的技術基礎	強	弱

資料來源：筆者整理自行繪製。

在兩派激烈爭辯下，「磁浮派」決定在上海修建一條全長約30公里的示範線路，並選擇與德國磁懸浮鐵路國際公司合作，2001年3月正式開工，並於2003年1月4日投入正式營運，營運時速為430公里。「輪軌派」也於1999年投入中國自主研究、設計與施工的秦皇島至瀋陽的客運專線正式開工，全線時速200公里，2003年通車營運，這對於未來中國高鐵的修建奠定重要的基礎。最後，2004年《中長期鐵路規畫》與2007年9月京滬高鐵可行性方案被中國國務院批准，確立未來將以「輪軌技術」展開中國高鐵的建設，「輪軌派」戰勝「磁浮派」。輪軌派勝出，不僅是成本、技術等原因的考量，最重要的是「鐵道部的態度」，鐵道部的支持是極為重要的關鍵因素。

¹⁰ 高鐵見聞，**高鐵風雲錄**（長沙：湖南文藝出版社，2015年），頁238-239。

二、技術引進消化時期（2004~2008年）

當中國確立以「輪軌技術」做為高鐵發展的方向時，另一個問題隨之而來，是要依靠中國自主創新，還是依靠外國技術的引進。由於中國已於90年代「廣深鐵路準高鐵線路」順利研製與營運，時速已達160公里以上；¹¹ 2003年自主研製的「秦瀋專線」營運時速也已達到200公里以上，基本上已經屬於高鐵。¹² 因此，中國許多官員與研究人員都已經認為中國已經有研製高鐵的技術了，促使「自主創新」與「技術引進」成為這一輪高鐵建設的爭論點。

（一）「自主創新」與「技術引進」之爭

許多官員與學者認為應當以自主創新為主，政府應當持續推動中國高鐵自主研發與產業化。¹³ 然而，中國鐵路運輸系統面臨一個相當嚴重的困境，即運輸能力已大大不足以承受改革開放後日益增長的運輸需求，這將會成為經濟社會持續增長的一個絆腳石。雖然90年代中國的鐵路裝備技術在自主創新的努力上有所提升，但仍遠遠落後於主要的高鐵大國，尤其在關鍵技術的掌握不成熟、整體設計水準有待加強、工藝水準落後等。這些因素將制約中國的高鐵發展，使其無法在短時間內透過自主研發的技術滿足國內所需，因此選擇「國外技術的引進消化」成為重要決策選擇。¹⁴

（二）中國高鐵發展的關鍵——「跨越式發展」

新任鐵道部部長劉志軍上任後便提出，實現鐵路裝備現代化發展應秉持十字方針：先進、成熟、經濟、適用、可靠。堅持引進先進技術與自主創新緊密結合，將關鍵技術引進消化，進行自主研發，以實現中國鐵路機車車輛製造業的整體改

¹¹ 中國鐵道部，**中國鐵道年鑑（2001）**（北京：鐵道部檔案史誌中心，2001年），頁58-59。

¹² 孫春芳，「中國高鐵斷代史：第一條高鐵秦瀋客專如何被淹沒」，**21世紀經濟報導**，2011年6月11日（檢閱日期：2017年12月10日）。

¹³ 比如，金履忠，「請端正我國高速鐵路裝備的發展方向」，**經濟管理文摘**，第9期（2007年），頁13-16。

¹⁴ 張衛華，「引進消化吸收國外先進技術提升中國軌道車輛製造水準」，**世界軌道交通**，第10期（2004年），第23-24頁。

造，並透過創新，將國外先進技術改良成屬於中國自身的新技術。¹⁵ 2003年6月於一場鐵路跨越式發展研討會上，劉志軍將「鐵路跨越式發展」的路線方針系統性地提出，主要包含兩個方面：第一，以較短時間、較少環節與代價，實現與高鐵路強國原來走過的發展歷程相同目標；第二，在發展歷程中，跳過高鐵路強國曾經歷過我們不必重複的流程，秉持後發優勢，趕上先進國家水準。¹⁶ 「鐵路跨越式發展」主要實現兩個快速：第一，快速擴充鐵路運輸能力，在短時間內解決運輸能力不足的問題；第二，快速提高鐵路技術裝備水準，有效利用國內外先進的技術資源實現技術創新，以在短時間內達到先進國家鐵路技術裝備水準。¹⁷

《中長期鐵路規劃》表示要修建1.2萬公里的「四縱四橫」的高鐵路網絡，並且中國國務院明確「引進先進技術，聯合設計生產，打造中國品牌」的基本方針，自此以後中國高鐵的研製方針從自主研發轉變為引進吸收為主。這次「市場換技術」的招標談判，主要以鐵道部統一進行負責，因此提高中國在談判中的地位，使中方在提出的條件中得以實現，並透過「聯合設計生產」方式保證中國企業在產權上的獨立性與決策權上的自主性。¹⁸ 最終，引進了法國阿爾斯通(Alstom)、日本川崎重工為首的聯合體、加拿大龐巴迪(Bombardier)、德國西門子(Siemens)等四種產品平臺和部分關鍵技術。中國透過四種平臺的引進吸收，相互比較優缺點，並且截長補短，創立出屬於中國自己特色的高鐵路技術，實現中國高鐵路技術的「跨越式發展」。中國高鐵路「和諧號」動車組系列因而誕生，並隨著2008年京津城際鐵路開通正式投入營運，其營運時速達到350公里，在2008年北京奧運期間京津鐵路的成功營運受到許多讚嘆，為中國高鐵路發展獲得世界的關注。¹⁹

¹⁵ 「鐵道部召開推進鐵路機車車輛現代化座談會」，**中華商務網**，2003年6月15日，<<http://www.chinaccm.com/>>（檢閱日期：2017年12月5日）。

¹⁶ 劉志軍，「落實『三個代表』要求，抓住新的歷史機遇努力實現中國鐵路跨越式發展」，**鐵路工程管理**，第4期（2003年）。

¹⁷ 於中城，「中國鐵路發展『大提速』——訪鐵道部部長劉志軍」，**紫光閣**，第4期（2004年），頁19-21。

¹⁸ 高柏、李國武、甄志宏，**中國高鐵路創新體系研究**（北京：社會科學文獻出版社，2016年），頁18-19。

¹⁹ “Beijing-Tianjin High Speed Train Service Launched” *China Briefing*, August 1, 2008,

2008年4月18日期待許久的「京滬高鐵」在時任中國國務院總理溫家寶宣示下正式開工，它創造了中華人民共和國建立以來，投資規模最大的一項大規模工程，總共投資2209.4億元人民幣。²⁰「京滬高鐵」的開工表示中國高鐵對於外國高鐵技術的引進吸收擁有一定的基礎，並逐步研發出符合中國建設的高鐵，為中國高鐵日後的發展寫下重要的一頁。

三、自主創新時期（2009~2015年）

2008年美國爆發嚴重的金融危機，造成席捲全世界的金融風暴，中國也深受影響，因此中國政府於2008年10月祭出在2009-2010年期間4萬億人民幣的投資計畫因應經濟大幅度下滑（占2008年中國GDP的18%）。²¹在這次計畫中，「基礎設施建設」大規模投資是重點之一，而高鐵項目也是最大的受益者，鐵道部也因此推出《中長期鐵路網規劃（2008年調整）》，進一步將鐵路網擴大，將2020年全國鐵路營運里程規劃目標由10萬公里調整為12萬公里以上，其中高速鐵路由1.2萬公里調整為1.6萬公里。²²這對於中國高鐵的發展增添新的動力，讓有關部門決定自主研发時速350公里以上的高鐵，促使中國高鐵列車的研製開始進入自主創新時期，在相關技術上取得一定的突破，並且設計出因應中國各地氣候環境的高鐵，像是西北地區防風砂型的高鐵、東北地區防高寒型的高鐵等。

2011年6月30日「京滬高鐵」正式通車，以具有絕大部分自主智慧財產權的CRH380系列動車組正式營運，最高營運時速高達380公里，這也代表中國已經擁有自主研发高鐵的技術，僅剩部分關鍵系統仍需進口。到了2015年，中國已經完

<<http://www.china-briefing.com/news/2008/08/01/beijing-tianjin-high-speed-train-service-launched.html>> (Review Date: December 9, 2017).

²⁰ 「京滬高鐵建設進入攻堅年，今年將完成 600 億投資」，**人民網**，2009 年 2 月 10 日，<<http://finance.people.com.cn/BIG5/1037/8774187.html>>（檢閱日期：2017 年 12 月 5 日）。

²¹ Yu Yongding, "China's response to the global financial crisis," *East Asia Forum*, January 24, 2010, <<http://www.eastasiaforum.org/2010/01/24/chinas-response-to-the-global-financial-crisis/>> (Review Date: December 9, 2017).

²² 「中長期鐵路網規劃（2008 年調整）」，**中華人民共和國國家發展和改革委員會**，2008 年 10 月，<<http://www.ndrc.gov.cn/zcfb/zcfbqt/200906/W020090605629892360234.pdf>>（檢閱日期：2017 年 12 月 5 日）。

全掌握高鐵主要的九個核心技術：車體、轉向架、牽引電機、牽引變流器、牽引變壓器、牽引傳動控制系統、列車網絡控制系統、制動系統、總體系統集成。核心技術的自主化不僅意味著中國高鐵從「中國製造」走向「中國創造」跨越性發展，也促進中國高鐵「走出去」的競爭力，²³ 對於中國長期被令人詬病的低廉製造工廠的名聲予以改變，這對中國的國家形象能夠有所提升。

四、 高鐵走出去時期（2015年~迄今）

2015年5月中國國務院發布《中國製造2025》，表示中國製造業堅持創新驅動、智慧轉型、強化基礎、綠色發展，加快從製造大國轉向製造強國，而「高鐵」便是重點發展的項目之一。然而，中國高鐵不能僅僅只在中國國內建設，必須要對外銷售才能創造更大的附加價值，海外的鐵路市場的潛力逐漸擴大，中國高鐵已經擁有完全自主智慧財產權的核心技術，已成為相當有競爭力的高鐵大國。李克強總理多次在許多國際場合、接待國際貴賓也多次宣傳中國高鐵，期望中國高鐵能夠獲得國際訂單，將其優勢技術輸往全世界。

2013年習近平主席提出的「一帶一路」計畫，高鐵扮演著互聯互通重要的角色，是整個一帶一路成功與否重要的基石，高鐵的地位逐步上升至國家戰略層級，「高鐵走出去」顯然已成為中國對外戰略重要的考量之一。為了讓高鐵走出去的資源能夠有效整合，中國國務院同意將兩個主要的鐵路集團進行整併，以整合現有資源，更有效率執行計畫，創造更有競爭力的企業在海外鐵路市場競爭。2015年6月1日，中國南車股份有限公司吸收合併中國北車股份有限公司成立中國中車，成為全球最大鐵路車輛及設備製造商。以往呈現「雙頭競爭」模式，雙方主要的戰場在國內，因此這樣的模式主要是促進彼此創新發展。然而，競爭地域已經從國內走向國外，為了防止彼此在海外市場惡性競爭，以及使企業在資源、規模上達到一定規模，在國際市場上提升話語權，南車、北車的合併是必要的，這將推

²³ 高柏、李國武、甄志宏，中國高鐵創新體系研究（北京：社會科學文獻出版社，2016年），頁31-32。

動中國高鐵裝備製造業走向世界是有助益的。²⁴

中國中車集團的誕生，促使中國高鐵的海外競爭力得到有效提升，因此也讓中國高鐵走出去在2015年後逐漸獲得成績，像是2015年6月與俄羅斯簽約新建莫斯科到喀山線段、2015年9月與泰國簽署中泰鐵路合作的政府間框架協議、2015年9月打敗日本獲得印尼雅加達到萬隆線段等，對於中國高鐵走出去贏得不少自信，以及國際的關注焦點。中國高鐵的建設不僅是在國內，而將逐步輸往海外，建立起「中國高鐵」的優勢，將塑造「中國高鐵」的品牌形象。

第二節 中國高鐵外交的地位

中國高鐵經歷了「跨越式發展」，將外國技術引進消化後，已擁有自主研發的能力，中國高鐵聲稱已經完全擁有自主智慧財產權，中國高鐵已經擁有能力去競爭海外市場，獲取更多的高鐵訂單。在2010年底於北京召開的第七屆世界高速鐵路大會開幕致詞上，時任國務院副總理張德江明確表示：中國政府已將高速鐵路作為優先發展的戰略性新興產業。要進一步擴大高速鐵路對外開放，加強中外交流與合作，鼓勵中國鐵路企業「走出去」，在合作中增進友誼。²⁵ 中國「一帶一路」戰略的實施，高鐵更是扮演重要的基石角色，不僅僅是達到互聯互通的成效，更具備戰略的層次，以及在公共外交層面擁有塑造國家形象的大使。

一、中國高鐵外交的起源——「走出去」戰略

中國高鐵外交的起源可以追溯到90年代末「走出去」戰略，「走出去」戰略開始讓中國的企業向外擴展，走向世界的舞臺。前中國國家主席江澤民於1999年9月上海舉行的「財富全球論壇」（Fortune Forum）上表示：

²⁴ 趙永秀，**南車+北車=中國中車：無國界的中國高鐵模式**（廣州：廣東經濟出版社，2017年），頁9-11。

²⁵ 「張德江：加強交流合作，促進高速鐵路安全便捷高效綠色發展」，**人民網**，2010年12月7日，<<http://politics.people.com.cn/GB/1024/13423933.html>>（檢閱日期：2017年12月10日）。

中國是一個發展中的社會主義大國，它的未來發展，不僅直接影響到中國人民的前途，而且對亞洲和世界的發展與進步也會產生重要影響。……我希望，中國的企業要學習外國企業的先進經驗，走出去在經濟全球化的浪潮中經風雨、見世面，增強自身的競爭力。²⁶

從談話中可以發現中國「走出去」戰略的影子已經出現，並且在1997年中國共產黨第十五次全國代表大會、1998年中國共產黨第十五屆中央委員會第二次全體會議上，都提出中國對外直接投資、跨國企業的可行方針，²⁷ 為未來「走出去」戰略的基礎進行佈局。中國「走出去」戰略的正式提出是在2000年第九屆全國人大第三次會議上，江澤民表示：

隨著中國經濟不斷發展，要積極國際經濟競爭，並努力掌握主動權，必須不失時機地實施「走出去」戰略，把「引進來」和「走出去」緊密結合起來。……要鼓勵和支持優勢企業逐步擴大對外投資，開展跨國經營，通過建立海外銷售網路、生產體系和融資管道，……在「走出去」的實踐中，要摸索經驗、制定規範、加強管理，積極穩妥地把工作做好。²⁸

一般認為中國「走出去」戰略主要的原因有：（一）擴展海外市場，在國際上追求規模經濟和市場成長，在國際競爭過程中更好瞭解海外客戶的需求；（二）有助於中國國內企業向國外企業的學習，以提升企業競爭力；（三）調整中國的經濟與產業結構，以確保中國的經濟在未來仍夠持續增長；（四）自然資源的需求增加，藉由「走出去」戰略去擴展獲取資源的管道，尤其是能源安全的保障日

²⁶ 「江澤民：在 99《財富》全球論壇上海開幕晚宴上的講話」，**新華網**，1999 年 9 月 27 日，<http://big5.xinhuanet.com/gate/big5/news.xinhuanet.com/xiliao/2000-12/31/content_488725.htm>（檢閱日期：2017 年 12 月 10 日）。

²⁷ 鄭又平、林彥志，「中國走出去戰略之分析：跨世紀中國經濟的轉變」，**展望與探索**，第 6 卷第 8 期（2008 年），頁 45-62。

²⁸ 「江澤民在參加上海代表團審議時強調適應新形勢、迎接新挑戰、增創新優勢、贏得新發展」，**中國人大新聞網**，2000 年 3 月 8 日，<<http://www.people.com.cn/zgrdxw/news/200003/08/0801.html>>（檢閱日期：2017 年 12 月 10 日）。

益重要；（五）為過剩的資金與產能找出路，將國內的閒置資金、產能尋找海外新的市場投入；（六）中國政府透過積極與世界各國建立貿易協議、積極參與貿易組織等方式，以形塑「負責任大國」之國際形象，並且也透過企業走出去，幫助營造良好的國家形象。²⁹

二、中國高鐵外交的核心——「一帶一路」戰略倡議

2013年，中國國家主席習近平提出「一帶一路」（絲綢之路經濟帶、21世紀海上絲綢之路）的戰略倡議，希望藉由對古絲綢之路的歷史勾勒與一帶一路沿線國家之間平等互利、合作共贏的戰略新願景，具有重要的政治經濟意涵與國際戰略背景。中國將加快與周邊國家基礎建設的互聯互通，以建構區域一體化，將整合歐亞大陸的經濟貿易、人文交流、社會建構，實現人類命運共同體的主張。中國將憑藉一帶一路大戰略的施展，締造國際關係的新舞臺，重新塑造大國形象，以實踐中國夢。³⁰

一帶一路不是一個實體和機制，而是合作發展的理念和倡議，將充分依靠中國與有關國家既有的雙邊與多邊機制，憑藉既有的、行之有效的區域合作平臺，它包含傳統意義上的自由貿易協定，也包括次區域合作的大湄公河合作，還有經濟走廊、經濟開發區、互聯互通、人文交流、跨國運輸、互聯互通、金融合作等方向層面。³¹ 它打破了既有的點狀、塊狀的區域發展模式，貫穿歐亞大陸，連結亞太經濟圈與歐洲經濟圈，將中亞、東南亞、南亞、西亞、東非、歐洲的經貿文化結合進行整合，將有利於中國的區域版圖擴張，有效加速中國經濟轉型。中國

²⁹ 高文志、餘建星、寧向東，「『走出去』的戰略框架」，*企業管理*，第2期（2006年），頁91-94；Shannon Tiezzi, “China Urges Companies to ‘Go Global,’” *The Diplomat*, December 25, 2014, <<https://thediplomat.com/2014/12/china-urges-companies-to-go-global/>> (Review Date: December 12, 2017).

³⁰ Peter Ferdinand, “Westward ho—the China dream and ‘one belt, one road’: Chinese foreign policy under Xi Jinping,” *International Affairs*, Vol.92, No.4, 2016, pp.941-957.

³¹ 「習近平主持加強互聯互通夥伴關係對話會並發表重要演說」，*人民網*，2014年11月08日，<<http://politics.people.com.cn/n/2014/1108/c1024-25997235.html>>（檢閱日期：2017年12月10日）。

為了「一帶一路」的推展，將出資 400 億美金成立絲路基金，協助其他國家升級基礎建設，已順利納入一帶一路版圖之中。³²

在國內方面，一帶一路倡議能夠幫助中國平衡國內東西部發展的不均衡，讓中西部地區能夠藉由對外基礎設施的互聯互通，將產品藉由鐵路、高鐵的開展向西運往西亞、中亞、歐洲等地，並且將國內過剩的資金與產能能夠走出去，以解決閒置的問題等；在國際方面，藉由向西發展避免長期與美日在太平洋上的爭鋒相對，並且藉由國際秩序的重新制定，讓中國的國際發言權能夠有效提升，改善中國的國家形象等。³³

一帶一路戰略倡議的焦點主要放在彼此之間基礎建設的互聯互通，因此交通建設是整個大戰略的重要命脈。根據2015年3月，中國國家發展改革委員會、外交部等機構發表的《推動共建絲綢之路經濟帶和21世紀海上絲綢之路的願景和行動》中的五大重點之一，提及「抓住交通基礎設施的關鍵通道、關鍵節點和重點工程，優先打通缺失路段，暢通瓶頸路段，提升道路通達水準。」³⁴「交通」是古代絲綢之路的核心話題，在當代一帶一路大背景下，交通的內涵與外延都得到極大擴展。根據統計，一帶一路沿線國中，58個國家與中國實現「海路」聯通，28個國家與中國實現「空路」聯通，僅有9個國家與中國實現「鐵路」聯通。³⁵因此，鐵路的聯通擁有重要的迫切性，而鐵路建設所帶來區域經濟發展、城鎮化等優點亦是這些沿線國家所需要的。「高鐵」將成為重要且不可忽視的核心工具，它將扮演中國與一帶一路沿線國家連結的重要角色。

中國高鐵在中國對外關係的核心地位日益重要，不僅僅是高鐵技術、產品的

³² 袁新濤，「『一帶一路』建設的國家戰略分析」，*理論月刊*，第 11 期（2014 年），頁 5-9。

³³ William Overholt, "One Belt, One Road, One Pivot," *Global Asia*, Vol.10, No.3, Fall 2015, pp.1-8.

³⁴ 「中國提出『一帶一路』五大合作重點」，*人民網*，2015 年 3 月 28 日，

<<http://politics.people.com.cn/BIG5/n/2015/0328/c70731-26764823.html>>（檢閱日期：2017 年 12 月 10 日）。

³⁵ 徐飛，*縱橫「一帶一路」：中國高鐵全球戰略*（上海：格致出版社、人民出版社，2017 年），頁 104-106。

輸出與搶佔市占率，亦扮演著地緣戰略的重要角色，這不禁讓世界對於中國高鐵的快速發展與輸出深感憂慮，尤其當「一帶一路」戰略倡議的提出，中國高鐵成為重要的基石。中國如何對外解釋，並消除世界對中國的憂慮是中國未來持續發展的關鍵任務，「公共外交」則是中國塑造良好國家形象，消弭中國威脅論聲浪重要的策略，而中國高鐵也逐漸扮演起公共外交的重要角色。

第三節 中國高鐵外交的發展與現況

一、 中國高鐵外交的起源與定義

根據國際鐵路聯盟（UIC）對高速鐵路（高鐵）的定義，高鐵是指通過既有鐵路改造升速，使營運時速達到200公里以上，或者新修的線路營運時速達到250公里以上的鐵路系統。不僅要求高鐵的列車在營運時速達到一定門檻，同時需要相關的車輛、路線軌跡、操作系統等方面的提升。³⁶ 中國於2014年1月1日頒布的《鐵路安全管理條例》（國務院令639號）規定，高鐵是指設計開行時速250公里以上（包含預留），並且初期營運時速達200公里以上的客運列車專線鐵路。³⁷ 目前，中國對於高速鐵路最新的定義是由中國鐵道部2015年2月1日實施的《高速鐵路設計規劃》，其表示中國高速鐵路系統是在時速250公里至350公里，並明文規定只能運行動車組列車，禁止傳統列車上高鐵。³⁸

2010年中國鐵道部針對不同國家設立十多個工作小組，研究如何將高鐵技術輸往國外。而「高鐵外交」這個詞彙最早是在2010年「兩會」（中華人民共和國全國人民代表大會、中華人民政治協商會議全國委員會）誕生，主要是由媒體所

³⁶ “The High speed Definition of European Union,” *International Union of Railways*, <<http://www.uic.org/highspeed#General-definitions-of-highspeed>> (Review Date: May 22, 2017).

³⁷ 「中華人民共和國國務院令第 639 號」，中國政府網，2013 年 9 月 6 日，<http://big5.gov.cn/gate/big5/www.gov.cn/zwgk/2013-09/06/content_2482594.htm>（檢閱日期：2017 年 12 月 10 日）。

³⁸ 「國家鐵路局批准發佈《高速鐵路設計規範》」，中華人民共和國鐵路局，2014 年 12 月 22 日，<http://www.nra.gov.cn/xwzx/xwdt/xwlb/201412/t20141222_9474.shtml>（檢索日期：2017 年 5 月 22 日）。

傳播的一個詞彙。最早來自於香港的媒體《南華早報》(South China Morning Post)，內容提到中國工程院院士王夢恕表示中國正在與17個國家展開建設高鐵網絡的談判，這些國家大部分都是中亞和東南亞國家，由於這些國家資金相當缺乏，因此傾向運用本身之天然資源與中國換取高鐵建設資金援助，並針對中國這樣的行為稱作「高鐵外交」。³⁹ 因此，「高鐵外交」開始受到中國國內外的關注，中國如何透過高鐵產業的發展優勢，拓展其高鐵佈局網絡，以達到中國的國家利益。

「高鐵外交」在學術界並未有一致且具體的定義，一般學者傾向於透過高鐵外交的目的與高鐵外交的基礎來界定高鐵外交的內涵。中國學者郭學堂認為，高鐵外交是建立在世界各國經濟相互依賴的基礎之上，這與傳統地緣政治對國際政治經濟態勢的判斷呈現不同的態度。高鐵外交是促進中國經濟結構的轉型，致力於幫助中國融入世界，並與世界共用中國的科技與利益。⁴⁰ 高柏認為高鐵外交要以全球戰略角度來看高鐵的價值，中國高鐵可以推動歐亞大陸的經濟整合，為國際經濟創新開闢新的需求，從而注入新的活力，亦為中國帶來一個「新陸權」戰略，藉此凸顯中國地緣戰略的優勢，並幫助中國避開海上美國的戰略圍堵，形成「戰略對沖」的全球佈局戰略。⁴¹ Tom Zoellner認為中國高鐵外交具有戰略屬性，中國將高鐵輸往全世界，藉以展現其影響力的擴展。⁴² 本文縱觀中國與外國多位學者的定義後，吸收多位學者觀點的基礎上，對「高鐵外交」給予更全面的定義，中國「高鐵外交」：指中國政府和鐵路總公司運用高鐵作為媒介，透過正式與非正式的外交行動，從事高鐵領域相關的外交活動，目的是為了實踐中國國家利益與完善外交戰略。簡單來說，高鐵外交的目的是利用高鐵走出去，促進國家利益

³⁹ “China plans Asia-Europe rail network,” *South China Morning Post*, March 8, 2010, <<http://www.scmp.com/article/707972/china-plans-asia-europe-rail-network>> (Review Date: May 2, 2017).

⁴⁰ 郭學堂，「『高鐵外交』的地緣政治學解讀」，*社會科學*，第6期（2015年），頁17-23。

⁴¹ 高柏，*高鐵與中國 21 世紀大戰略*（北京：社會科學文獻出版社，2012年），頁7-14。

⁴² Tom Zoellner, “China’s High-Speed Rail Diplomacy,” *Foreign Affairs*, June 14, 2016, <<https://www.foreignaffairs.com/articles/china/2016-06-14/chinas-high-speed-rail-diplomacy>> (Review Date: December 12, 2017).

的實踐，完善外交政策與國家戰略。

二、 中國高鐵外交的發展與現況

2010年，時任中國國務院副總理的張德江在高鐵大會上表示，中國在「十二五」規劃中，中國已將「高鐵技術」納入優先發展的戰略性新興產業，政府將加大支持財政投入、技術創新、經營環境、建設用地等方面，以利高鐵的發展。隨著世界各國對高鐵技術的重視，中國高鐵將逐步走到全世界，海外市場將是繼國內市場後，具有龐大潛力的發展之地。⁴³ 同年，中國鐵道部與中國工商銀行在北京正式簽署《中華人民共和國鐵道部、中國工商銀行實施鐵路走出去戰略合作協定》。雙方將強化國內「鐵路+金融」聯合體的合作模式，並走向全世界，對中國高鐵走出去給予大力的資金支持。⁴⁴ 由此可見，中國政府對於高鐵走出去擁有相當高的重視程度。

2013年，中國國家主席習近平提出的「一帶一路」戰略、「絲路基金」、「亞投行」，這無疑大大促使高鐵外交的開展。一帶一路是以交通基礎建設為優先重點，契合相關國家的需求，透過一帶一路的頂層設計架構，利用高鐵連結起一帶一路相關國家，達到互聯互通的基礎。而絲路基金、亞投行的成立更是為高鐵外交提供必要的資金支援，由於沿線多數國家多屬發展中國家，高鐵又是高成本、資金回收慢的大型基礎建設，對於多數國家是無法負擔的，有了亞投行的資金放貸，促使中國高鐵大大提升吸引力與競爭力。2014年中國國務院總理李克強在《政府工作報告》中多次提到高鐵發展的建議，期望從戰略角度推動出口升級和貿易平衡發展，並鼓勵通信、高鐵、電站等大型成套設備出口，讓中國裝備享譽全球。李克強也多次在海外訪問期間贏得「高鐵最佳推銷員」的美稱，中國領導人多次

⁴³ 江迅，「中國高鐵奔向美國及全球突破外交路障」，**亞洲週刊**，第 24 卷第 51 期（2010 年），頁 50。

⁴⁴ 「鐵道部與工商銀行簽署協議，實施鐵路走出去戰略合作」，**新華網**，2010 年 1 月 5 日，<http://big5.xinhuanet.com/gate/big5/news.xinhuanet.com/fortune/2010-01/05/content_12757446.htm>（檢閱日期：2017 年 12 月 10 日）。

為中國高鐵推銷，頻率如此頻繁，可見中國領導人將高鐵外交放在核心地位。⁴⁵

中國作為全世界高鐵發展最高、營運里程最長、營運時速最快、在建規模最大的國家，這些營運經驗是目前其他高鐵國家無法比擬的。2016年中國國家認監委、中國鐵路總公司簽訂了《認證認可支援中國高鐵發展戰略合作協定》，全面推進中國鐵路認證認可與檢驗檢測體系建設，支援中國鐵路創新發展，助力於中國高鐵走出去，這促使中國高鐵在國際上的競爭力能夠有效提升。⁴⁶ 中國將透過中國自身的標準系統展現給全世界，讓世界清楚理解中國在高鐵產業上的努力與成功。

縱觀中國高鐵外交的發展有成功案例，亦有失敗的案例，中國高鐵外交的發展之路並未相當順遂，不僅遇到國際政治、當地政治社會反彈等因素，還遭受國際質疑其智慧財產權、質量等問題。截至2017年底，中國高鐵在海外項目2項完工、5項興建中、1項計畫中（如表二），另外還有5項失敗案子，分別是美國、墨西哥、委內瑞拉、利比亞、緬甸。⁴⁷ 顯示中國高鐵雖具備國際競爭力，但在走出去過程中，仍會遭遇許多困境與阻擾，例如國際政治、東道主國政治變遷、社會民眾反對、環境保護政策等因素。高鐵是一項充滿戰略性的大型基礎交通建設，往往伴隨著高敏感度，讓各國會以謹慎小心態度面對，這將對中國高鐵走出去造成很大的阻力。在完工的部分僅是與其他國家聯合承包工程，當中最有意義的是印尼雅萬高鐵的承建，它是第一個以全中國標準、系統輸出的海外高鐵項目，這將是中國標準首度成功地獲得肯定，對於中國高鐵外交奠定相當成功的基礎，讓世界認識到中國有能力在海外建立全中國系統的高鐵。

⁴⁵ Wang Ling, "China's High-Speed Railway Diplomacy," *Worldcrunch*, Jun 28, 2014, <<http://www.worldcrunch.com/rss/world-affairs/rss/world-affairs/china-039-s-high-speed-rail-diplomacy/railways-high-speed-market-technology-li-keqiang/cls16312#.VFx01GQVHIU>> (Review Date: December 12, 2017).

⁴⁶ 馬文生，「認證認可：中國高鐵走向世界的敲門磚」，**中國品牌**，第8期（2016年），頁8-9。

⁴⁷ James Kynge & Michael Peel & Ben Bland, "China's railway diplomacy hits the buffers," *Financial Times*, July 17, 2017, <<https://www.ft.com/content/9a4aab54-624d-11e7-8814-0ac7eb84e5f1>> (Review Date: December 12, 2017).

表二 中國高鐵承接的海外項目表

國家	項目	目前狀況	貸款融資	總造價
土耳其	伊斯坦布爾－安卡拉高鐵第二期工程，全長158公里	2014年7月25日全線通車	提供7.5億美金貸款	12.7億美金
沙烏地阿拉伯	麥加－麥地那高鐵第一期工程，全長450公里（中國負擔部分土建工程）	2009年開工，中國負責部分於2016年3月完工	西班牙企業聯合體提供貸款	約18.09億美元（中國獲得21.25%，約4.23億美元）
印尼	雅加達－萬隆高鐵，全長142公里	2016年1月21日開工，預計2019年完工	提供45億美金貸款	約51.35億美金
寮國	中寮鐵路寮國段（磨丁－萬象），全長約414公里，時速160公里（預留200公里）	2016年底開工，預計2021年底完工	提供4.8億美金貸款	約60億美金（中國負擔70%；寮國負擔30%）
泰國	中泰高鐵第一期工程（曼谷－呵叻），全長252.3公里	2017年12月開工，預計2021年完工	泰國自行負責	約52億美金
伊朗	德黑蘭－馬什哈德鐵路電氣化改造，全長926公里	2016年2月開工，預計2019年完工	提供17.85億貸款融資	約21億美金
匈牙利、塞爾維亞	匈塞高鐵（布達佩斯－貝爾格勒），全長350公里	2017年11月28日開工	提供約總造價85%的貸款	約28.9億美金
俄羅斯	莫斯科－喀山高鐵，全長770公里	2015年6月簽署合約	提供60億美金貸款	約214億美金

資料來源：筆者整理自James Kyng& Michael Peel& Ben Bland, "China's railway diplomacy hits the buffers," *Financial Times*, July 17, 2017, <<https://www.ft.com/content/9a4aab54-624d-11e7-8814-0ac7eb84e5f1>> (Review Date: December 12, 2017); Michelle Ker, *China's High-Speed Rail Diplomacy* (Washington: U.S.-China Economic and Security Review Commission, 2017), pp.19-22。

中國高鐵外交基本上都維持在與一帶一路倡議的相關國家為主，並且給予低利息優惠的融資貸款，以此吸引該國願意選擇中國高鐵。然而，中國高鐵外交也

並非一帆風順，由於政治、經濟、安全等各方面因素，目前就有五個談妥的合約遭到取消。而根據數據統計，在墨西哥、緬甸、委內瑞拉、利比亞和美國取消的高鐵項目的總估計價值為475億美元。⁴⁸ 這無疑對於中國高鐵走出去是一個相當大的打擊，中國開始思考與因應未來高鐵外交的走向，而近年高鐵外交似乎也有放緩的趨勢。中國如何為高鐵外交鋪展好順暢的道路是當前重要的目標，而本文認為「公共外交」便是相當好的策略，近年中國不斷地加強公共外交的發展，透過優異的公共外交策略，來改善中國的國家形象、解釋中國高鐵外交的政策，讓世界認識到中國高鐵是幫助世界持續進步發展的機遇。

第四節 小結

2018年2月中國春節期間，最新列車「復興號」投入春運任務服務，從中國高鐵發展的歷史回顧，營運時速達350公里，最高時速可達400公里，中國高鐵已經比日本新幹線、法國TGV的時速還要更快。截至2017年底，鐵路營運里程已達12.7萬公里，其中高鐵占2.5萬公里，比起2012年底增長約2.5倍，並且占全球高鐵營運里程約70%，累計近50億人次乘坐過中國高鐵出行。⁴⁹ 中國高鐵日益的創新發展，不僅增進中國對其高鐵技術的自信與自豪，亦使中國高鐵走出去更具競爭力與吸引力，讓「中國高鐵品牌」走向全世界。

從中國高鐵發展的歷史回顧可以發現，中國高鐵的發展並非順遂，經歷了技術累積時期（2004年以前）、技術引進消化時期（2004~2008年）、自主創新時期（2009~2015年）、高鐵走出去時期（2015年~迄今）。每個時期都遇到其困難點，但也奠下相當重要的基礎，並在前鐵道部長劉志軍上任後，提出「跨越式發展」的指導方針，讓中國高鐵擁有後發優勢，吸收引進其他高鐵大國的技術，並

⁴⁸ 「中國『高鐵外交』受阻」，**FT 中文網**，2017年7月18日，

<<http://big5.ftchinese.com/story/001073452>>（檢閱日期：2018年1月10日）。

⁴⁹ 「中國速度引領全球體驗『中國速度』改變技術格局」，**新華網**，2018年2月12日，

<http://big5.xinhuanet.com/gate/big5/www.xinhuanet.com/politics/2018-02/12/c_1122404688.htm>（檢閱日期：2018年2月20日）。

藉由自主創新，發展成現今充滿創新技術、高競爭力的「中國高鐵」。

當中國高鐵擁有穩定技術與自主創新發展後，再加上國內市場開始趨於飽滿，而海外市場具備相當大潛力，因此開始服務於中國的國家戰略「走出去」。在2013年習近平的一帶一路戰略提出後，扮演起這個一帶一路戰略的核心基礎。一帶一路戰略倡議的焦點主要放在彼此之間基礎建設的互聯互通，因此交通建設是整個大戰略的重要命脈，中國「高鐵外交」成為中國對外發展關係的重要一環。亞投行的設立促使「中國高鐵外交」擁有更大的支持力度，藉由融資貸款方式幫助高鐵能夠更有利得走向世界，將中國的高鐵技術向世界傳播，並逐漸建立起屬於「中國標準」的高鐵範式。

截至2017年底，中國高鐵外交已經達到初步的成果，中國高鐵在海外的項目已經有2項完工、5項興建中、1項計畫中，但也有5項失敗的項目。顯現中國高鐵在走出去過程中，雖具備相當大的競爭力，有承接不少訂單項目，但也遭遇不少困境。高鐵是一項具備戰略性的大型基礎交通建設，往往伴隨著高敏感度，因此中國高鐵在走出去過程中必須要做好相當多工作，減少中國戰略性目的，以促使進入該國的門檻能夠有效降低。中國高鐵外交雖然時間仍不常，仍獲得相當多的成果，但也遇到許多的阻礙與失敗，往往政治性因素成為重要的窒礙關鍵，世界對於中國威脅論的擔憂將影響中國高鐵外交的成果。因此，公共外交的實踐便是向世界解釋中國，塑造良好的中國形象的重要任務，不僅僅是要替中國高鐵外交鋪展好發展道路，中國高鐵亦將是扮演公共外交的重要角色。



第參章 中國公共外交的發展與特色

第一節 公共外交的發展與定義

「公共外交」(public diplomacy) 是由西方國家率先提出與應用，尤以美國對公共外交的研究與應用最為深入與熟練，美國的自由民主價值充斥在我們的生活中，顯現比起政府之間的外交模式，公共外交更能夠將其文化價值散播至外國民眾。一般來說，公共外交的定義是指：一國政府以各種適當的方式向外國民眾告知其國家的政策、想法、價值觀、制度和文化等，並藉此影響國外公眾理解與認同，以及避免誤解和衝突產生，從而起到本國軟實力的作用、改善國際輿論環境，塑造良好的國家形象。¹

中國對於公共外交的理解與系統性應用比起其他國家晚了許多，在改革開放後中國漸漸與世界開始接軌，才開始意識到公共外交的重要性。中國對於公共外交的理解大概在 20 世紀 90 年代才開始，中國國務院於 1991 年設立「新聞辦公室」，專門對外介紹中國，以及說明中國的政策。然而，中國的「對外宣傳」體制早在之前就已經蓬勃發展，基本上它就是中國公共外交的前身，深深影響日後中國公共外交的發展。

一、西方對中國公共外交的定義

「公共外交」的意涵普遍認為是由美國最先開始發明使用，後來才傳播至全世界。公共外交一直在 20 世紀 60 年代之前一直未有系統性的討論，並未受到政府與學者的關注，有關公共外交的理論也僅限於對外宣傳以及文化活動方面，基本上將其視為一種「宣傳」(propaganda) 手段。1955 年，奧倫·斯蒂芬斯 (Oren

¹ Hans N. Tuch, *Communicating with the World: U.S. Public Diplomacy Overseas* (New York: St. Martin's, 1990), pp. 3; U.S. Department of State, *Dictionary of international relations terms* (Washington: Department of State Library, 1987), pp. 85.

Stephens) 在其著作《坦承世界的真實：海外資訊情報專案》一書中表示，將美國對外的資訊和情報活動都統稱為「宣傳」，並認為「《獨立宣言》就是第一個，也是最好的宣傳冊子」，能夠有效傳播美國的自由民主價值。²

60 年代後，針對公共外交開始出現系統性地討論與研究，主管公共事務的美國新聞署開始認為，美國公共外交並不等於宣傳，對外宣傳與公共外交是有區別的：對外宣傳扮演著進攻的武器，時常以欺騙的態度進行廣播；而公共外交則是一種扮演著合作共贏的平臺，它保持著真實性與窄播性。³ 根據美國國會圖書館為國會參議院外交委員會就美國國際文化項目所做的一項研究表示，公共外交是由美國塔夫茨大學 (Tufts University) 佛萊徹法律與外交學院院長艾德蒙·古裡奧 (Edmund Gullion) 於 1965 年所創建的。⁴ 在當時，公共外交主要是指美國新聞屬所實踐的非傳統性外交活動，像是國際傳播、教育文化交流等活動。古裡奧將公共外交定義為：「超越傳統外交的國際關係層面，包含處理公眾態度對於外交政策形成與執行的影響；在其他國家公眾對政府輿論的培養；一國的私人團體或利益團體與其他國家的相互影響與作用；外交官與外國記者之間都溝通與互動；以及跨文化之間交流的過程等。」⁵

美國外交諮詢委員會在 1985 年年度報告中指出：「公共外交透過向外國民眾解釋美國的政策，向他們提供美國社會和文化的情況，讓他們理解到美國的多樣性，以及為美國駐外大使和美國對外政策決策者預測外國語論，來補充和強化傳統外交」。⁶ 根據美國國務院《國際關係辭典》(1987 年) 的定義，公共外交是指「一國政府發動的計畫，主要透過出版、電影、文化交流、無線廣播和電視等方

² Oren Stephens, *Facts to a Candid World* (Stanford: Stanford University Press, 1955), pp.37-38.

³ 陳志敏、尚佳靈、趙可金，*當代外交學* (北京：北京大學出版社，2008 年)，頁 268-270。

⁴ 趙可金，「美國公共外交的興起」，*復旦學報 (社會科學版)*，第 3 期 (2003 年)，頁 87。

⁵ Nicholas J. Cull, "Public Diplomacy' Before Gullion: The Evolution of a Phrase," *USC Center on Public Diplomacy*, April 18, 2006, <<https://uscpublicdiplomacy.org/blog/public-diplomacy-gullion-evolution-phrase>> (Review Date: May 11, 2017).

⁶ "U.S. Advisory Commission on Public Diplomacy 1985 Report," *U.S. Department of State Diplomacy in Action*, 1985, <<https://www.state.gov/documents/organization/272919.pdf>> (Review Date: February 23, 2018).

式告知、影響國外公眾的民意」。⁷ 美國針對公共外交的應用越來越加強，讓美國價值予以世界認識與理解，將有利於美國打造美好的國家形象。⁸ 1990 年，〈美國之音〉前執行主任漢斯·塔克（Hans Tuch）認為：「公共外交是美國政府與外國民眾的溝通過程，美國政府試圖藉由這樣的過程，使得外國民眾理解美國的意圖和想法、制度和文化，以及美國的目標和現行政策，以減少美國同其他國家的誤解和衝突產生。」⁹ 公共外交的重點旨在減少國家間的誤解與猜疑，並塑造良好的國家形象，從根本上來講屬於美國外交政策的總體需求。

2001 年「九一一事件」過後，公共外交進入一個新的高點，這件恐怖攻擊讓美國不得不重新在一個美國對外關係的老問題中找答案：他們為什麼恨我們？小布希政府瞬間將公共外交的地位升級到核心戰略高度，比起冷戰期間東西方對抗時期還要高。美國國務院專門設置負責美國公共外交的副國務卿職位，並投入大量心力與財力，以試圖改善美國的國家形象，尤其是伊斯蘭教國家人民心中的形象。¹⁰ 實際上，「九一一事件」之後不僅讓美國更加重視公共外交，亦讓其他國家視公共外交為國家對外關係中重要政策一環。由於全球化的來臨、科技日益進步，拉近了世界各國彼此的距離，各國彼此間的互動更加廣泛、頻繁，因此獲得其他國家人民的理解與認同，成為現今各國對外政策重要的任務，公共外交已經成為世界各為重要對外戰略的一部分。

二、中國對公共外交的認識

比起西方國家，中國對公共外交的認識的時間較為晚，到了改革開放後漸漸地融入世界才開始針對公共外交開始有了認識與討論，基本上從 1949 年中華人

⁷ U.S. Department of State, *Dictionary of international relations terms* (Washington: Department of State Library, 1987), pp. 85.

⁸ Kenneth L. Adelman, "Speaking of America: Public Diplomacy in Our Time," *Foreign Affairs*, Vol.59, No.4, Spring 1981, pp.913-936.

⁹ Hans N. Tuch, *Communicating with the World: U.S. Public Diplomacy Overseas* (New York: St. Martin's, 1990), pp. 3.

¹⁰ Justin Hart, *Empire of ideas: The origins of public diplomacy and the transformation of U. S. foreign policy* (New York: Oxford University Press, 2013).

民共和國成立後，「對外宣傳」體制的發展日益蓬勃，對於日後公共外交的快速發展是不可忽視的重要基礎。本研究將中國的公共外交歷史發展分為四個階段：第一階段，屬於公共外交的前身，對外宣傳時期（1949年—1989年）；第二階段，公共外交引入期（1989年—2008年）；第三階段，公共外交開展期（2008年—迄今）。

（一）對外宣傳時期（1949年—1989年）

早在公共外交一詞進入中國前，中國的「對外宣傳」體制就已經是蓬勃發展，它基本上屬於公共外交的前身，中國透過對外宣傳體制來與社會主義陣營合作對抗西方資本主義，藉此宣傳社會主義的好，並塑造資本主義邪惡的一面。1949年，中華人民共和國正式成立，中國以政府主導的對外宣傳體制也立即發展起來，這些對外宣傳活動便是公共外交的前身，亦是當時中國最重要的對外表現形式。毛澤東主政時期，中國對外宣傳的範圍相當狹隘，因受到冷戰和中國共產黨對外宣傳傳統的影響，將對象限縮於社會主義陣營與部分亞非拉國家，而其對外宣傳凸顯相當濃厚的意識形態色彩，是一種單方面的灌輸，與外界互動甚少。此時期的宣傳途徑以「中國外文出版發行事業局」出版的對外宣傳刊物，並建立新華社和中國新聞社兩個通訊社，針對社會主義國家和亞非拉國家設立分社進行宣傳。設立「中國國際廣播電臺」與社會主義陣營國家進行交流，並對資本主義這一制度與西方國家展開批鬥。¹¹ 主要向國際宣傳中華人民共和國在社會主義建設路線上的成就，並聲援世界各地反帝、反殖民主義的鬥爭，支持世界革命。

1978年改革開放後，改變文革時期「左傾」、「輸出革命」等的意識形態輸出，為了融入世界，開始以經濟工作為核心，以及放低意識形態的宣傳。對外宣傳上轉為「宣傳中國」，藉此爭取世界各國對中國改革開放的理解，促進世界各國人民對中國形象的轉變與支持。宣傳對象也從社會主義陣營國家轉變為所有的

¹¹ 吳澤林，「中國公共外交發展綜述」，*江南社會學院學報*，第3期（2012年），頁32-36。

外國民眾、海外華僑、外籍華人等。¹² 因此改革開放後的對外宣傳有較為顯著的改變，不再是單一意識形態宣傳，而開始增添雙向融通的互動，讓世界開始認識中國。

（二）公共外交引入期（1989 年—2008 年）

1989 年天安門事件後，國際開始制裁中國，中國國家形象遭到嚴重受挫，使得中國的外交面臨嚴峻的局勢。緊接著 90 年代蘇聯解體、東歐共產政權紛紛倒臺，冷戰正式結束，國際輿論焦點從蘇聯、東歐地區轉向至中國，「中國威脅論」的輿論因此誕生，這讓中國對外關係備感壓力。面對中國威脅論，鄧小平採取「冷靜觀察、穩住陣腳、沉著應付、韜光養晦、善於守拙、決不當頭、有所作為」外交策略方針應對。在國際宣傳方面，為弭平西方社會的誤解，以及消除中國威脅論的不良影響，中國開始改變對外宣傳方式，建構出一種複合宣傳戰略，並開始建構公共外交體系。中國國務院於 1991 年設立「新聞辦公室」，專門對外介紹中國，以及說明中國的政策。此時，中國開始將公共外交的接受對象轉變為外國人民身上，以達五個目的：塑造中國良好的國家形象、向外界傳達中國的聲音、反駁對中國不真實的報道、改善國際環境、對他國的政策施加影響立。¹³ 因此，中國的公共外交的建構從這個時期才有了萌芽，將以往單一的對外宣傳改為塑造公共外交體系。

中國公共外交以消弭中國威脅論，塑造良好的國家形象為主要任務，藉以確保其擁有一個經濟穩定發展的國際環境。因此，在中國的政府架構也進行了改變，2004 年中國外交部新聞司正式設立「公眾外交處」。同年，中國共產黨「中央對外宣傳工作會議」舉行，時任中共政治局常委李長春針對中國對外宣傳工作的未來發展表示：

¹² 鍾龍彪、王俊，「中國公共外交的演進：內容與形式」，*外交評論*，第 89 期（2006 年），頁 64-69。

¹³ 唐小松，「中國公共外交的發展及其體系構建」，*復旦國際關係評論*，第 0 期（2006 年），頁 257-266。

實現全面建設小康社會的宏偉目標，不僅需要良好的國內輿論環境，而且需要良好的國際輿論環境，必須充分認識做好對外宣傳工作的重要性，進一步增強緊迫感和責任感。要努力創新對外宣傳的內容、方法和手段，爭取國際社會對我國更多地理解和支持。堅持用事實說話，全面客觀地向世界介紹我國的真實情況，通過事實本身的力量說服人。要深入研究不同國家受眾的思維習慣和對中國資訊的需求，因地制宜、因人制宜、有的放矢，增強對外宣傳的針對性、實效性和親和力、說服力。要樹立精品意識，實施精品戰略工程，多創作既具有中國風格和中國氣派，又符合國外受眾心理和鑒賞習慣，為他們所喜聞樂見的作品。¹⁴

從李長春表示中國對外宣傳工作的發展方針明顯看出，「公共外交」的雛形，公共外交是中國政府貼近外國民眾重要的工具，要試圖讓外國民眾真實地認識中國，藉以塑造中國良好的國家形象。而 2005 年時任國務院新聞司主任的趙啟正重新詮釋了中國對於公共外交的理解，他認為公共外交「是能夠對中國的歷史和社會發展有信心地予以說明的途徑」。¹⁵

「孔子學院」也在這個時期正式成立，根據《孔子學院章程》，孔子學院作為非營利性教育機構，其宗旨是增進世界人民對中國語言和文化的瞭解，發展中國與外國的友好關係，促進世界多元文化發展，為構建和諧世界貢獻自己力量。¹⁶ 中國政府開始利用中國傳統文化魅力當作其公共外交的一環，利用「中國文化」去塑造中國是一個和平大國的國家形象。

此時期，公共外交已經在中國開始萌芽，中國政府瞭解到不能再用當初單一

¹⁴ 「李長春：外宣工作要貼近中國實際和國外受眾」，人民網，2004 年 4 月 22 日，
<<http://www.people.com.cn/GB/14677/14737/22039/2462084.html>>（校閱日期：2018 年 2 月 27 日）。

¹⁵ 趙啟正，向世界說明中國——趙啟正演講談話錄（北京：新世界出版社，2005 年）。

¹⁶ 「孔子學院章程」，孔子學院總部（國家漢辦），
<http://www.hanban.org/confuciousinstitutes/node_7537.htm#no1>（校閱日期：2018 年 2 月 27 日）。

的宣傳方式，而是要塑造一個多元複合式的公共外交體系，透過各式軟性管道，以確切表達中國的國家政策、社會環境等，反駁扭曲地負面報導，促使中國建立良好的國家形象。

（三）公共外交開展期（2008 年—迄今）

2008 年北京奧運盛大舉行，這是中國第一次舉辦奧運，因此全國對此件大事投入相當大精力與努力。北京奧運會對中國借助國際盛事大舞臺開展公共外交具有積極作用，給予世界近距離接觸與理解中國的一個絕佳舞臺，向世界展現中國國力與「中國模式」的發展道路，對於中國的國際地位與國家形象的提升將擁有良好的效果。¹⁷ 此時，第一條中國高鐵北京至天津的「京津城際鐵路」也藉由北京奧運這個大舞臺展現於世人中，這不僅僅對於中國日後的高鐵發展是一個里程碑，更是讓全世界認識到中國已經有能力建造高鐵，運用高鐵技術成功地營運讓參加奧運的選手、貴賓、民眾能切身體驗中國科技的進步，切身體驗中國的快速發展，這對於中國國家形象無疑增添不少光芒。

繼北京奧運後，2010 年上海世界博覽會亦是中國公共外交的新亮點，上海「世博外交」是一次迄今中國最大規模的公共外交新嘗試。多達數十國元首、貴賓出席開幕儀式，會展期間吸引大量的媒體聚焦，數以千萬計觀眾的現場觀展，中國和世界「零距離」接觸。上海世博園區 5.28 平方公里的範圍內，雲集了 189 個國家和 57 個國際組織，儼然形成了一個「地球村」。在這裡，一個更為真實的中國呈現在世界眼前，這是中國向世界開展公共外交的重大舞臺，要讓世界真正瞭解中國。¹⁸ 中國對於公共外交的認識經過奧運、世博會後，有了更深刻的認識，也深知世界對於中國崛起的疑慮，必須透過公共外交向外界解釋，讓外國民眾真正理解中國和平發展對於世界是有利的。

¹⁷ 李繁傑，「北京奧運會的公共外交解讀與啟示」，*公共外交季刊*，總第 2 期（2010 年），頁 90-97。

¹⁸ 吳建民，「上海世博會是公共外交的大舞臺」，*公共外交季刊*，總第 7 期（2011 年），頁 6-10。

中國的政府組織架構也由於對公共外交的日益重視，而開始有組織上的變化，將公共外交拉升至對外關係重要的地位。2009年10月，中國外交部新聞司「公共外交處」升格為外交部新聞司「公共外交辦公室」，並於2012年升格為「外交部公共外交辦公室」，全面負責公共外交事務，主要宣傳外交政策，以及協調指導各領事館公共外交工作，向國內外公眾說明對中國公共外交政策的疑惑。¹⁹ 2009年10月由中國前外交官聯誼會推動的「GBD公共外交文化交流中心」在北京正式揭牌，是中國創辦較早、規模較大的民間外交機構，以「讓中國走向世界，讓世界瞭解中國」為目標。²⁰ 從以上的變遷顯示中國官方對於公共外交的日益重視，公共外交的運用成為中國政府重要的外交手段。

十八大後，中國將公共外交的地位提升至更加高的地位，十八大政治報告中第一次明確提出國家將紮實推進公共和人文外交，維護中國海外合法權益。這是中國綜合國力在世界舞臺上迅速崛起的時代背景下，正視中國與世界關係歷史性變化的戰略選擇，更是對中國理論自信、道路自信和制度自信的集中體現。²¹

我們將紮實推進公共外交和人文交流，維護我國海外合法權益。我們將開展同各國政黨和政治組織的友好往來，加強人大、政協、地方、民間團體的對外交流，夯實國家關係發展社會基礎。²²

習近平「中國夢」、「人類命運共同體」的提出後，更是為中國開展公共外交、優化國家形象、提升國家軟實力帶來新的機遇和使命。多數西方國家認為這是「天

¹⁹ 陳雪飛，「講好中國故事——外交部門的公共外交」，**一帶一路數據庫**，2015年10月9日，<<http://www.ydylcn.com/zjgd/328919.shtml>>（校閱日期：2018年2月27日）。

²⁰ 「GBD公共外交文化交流中心介紹」，**GBD公共外交文化交流中心**，2018年2月27日，<<http://www.cpdcea.com/about/1.html>>（校閱日期：2018年2月27日）。

²¹ 韓方明，「十八大明確了我國公共外交的新目標」，**人民網**，2012年11月21日，<<http://theory.people.com.cn/n/2012/1121/c107503-19645595.html>>（校閱日期：2018年2月27日）。

²² 「胡錦濤在中國共產黨第十八次全國代表大會上的報告」，**人民網**，2012年11月8日，<<http://cpc.people.com.cn/n/2012/1118/c64094-19612151.html>>（校閱日期：2018年2月27日）。

朝帝國夢」、「軍事霸權夢」，²³ 對於中國的崛起是必要加以防範，這對於中國的國家形象造成相當大的衝擊。因此，如何講好中國故事、闡釋中國特色、傳播中國價值賦予中國公共外交更重要的使命，首先要使用國際上能夠理解的話語方式，主動表達「中國夢」的實踐理念與責任，使世界更清楚地認識中國，從而對中國更加信任。²⁴

由於中國國際實力不斷增長，其國際影響力提升至前所未有的地位，崛起的中國勢必讓世界其他國家感到擔憂，因此在習近平主政下的中國，公共外交更是擁有重要的責任與使命。由於公共外交在中國的實踐時間仍不比西方國家，許多層面仍在學習討論中，如何配合中國自身的體制進行修正，會是這個時期相當重要的任務。在可預見的未來，中國在公共外交的投入將逐漸增加與深化，公共外交的運用將幫助中國在發展的道路，試圖創造出一個有利的環境。

第二節 開展公共外交對中國的意義

改革開放以後，中國打破封閉的國門，逐漸與世界進行交流與對話，中國開始試圖去理解世界，世界亦開始去認識中國。隨著中國經濟社會快速的發展，中國的國力也隨之提升，中國已然成為一個崛起的大國，使得中國成為國際矚目的焦點國家，因此在全球化的時代下，與中國相關聯的內政外交政策必然對世界也會產生複雜的反應。中國是一個發展中國家，亦是一個持續發展中的大國，未來的發展仍需要和平穩定的國際環境空間，因此中國在發展道路上，要透過公共外交活動持續向世界說明中國的國情、政策、和平精神，以讓世界其他國家民眾理解中國，以取得最大的支持。

²³ Simon Denyer, "China promotes Asia-Pacific dream to counter U.S. Pivot," *The Washington Post*, November 12, 2014, <https://www.washingtonpost.com/world/chinas-promotes-asia-pacific-dream-to-counter-us-pivot/2014/11/11/1d9e05a4-1e8e-4026-ad5a-5919f8c0de8a_story.html?utm_term=.91947362403c> (Review Date: February 27, 2018).

²⁴ 沈雅梅，「『中國夢』的公共外交：挑戰與機遇」，*國際問題研究*，第6期（2015年），頁89-103。

一、改善中國的國家形象

中國改革開放後，中國的國際實力不斷向上提升，尤其在經濟發展上最為出色，2010年中國GDP正式超越日本，成為全球第二大經濟體。這讓中國扮演起引領世界更重要的責任，亦讓中國遭受西方國家的質疑，「中國威脅論」的聲浪不斷得提升。²⁵ 挾中國崛起之勢而來的中國威脅論聲浪成為北京面對外部環境的挑戰，對長期飽受地緣政治不安全感的中國而言，消弭國際社會對於中國威脅論的恐懼是確保中國持續發展的重要任務。²⁶ 因此，中國理解到世界各國對其崛起的不安與不友善的態度，因而對於其國家形象與公共外交策略進行強化與改革，試圖改善與其他國家關係。

中國的國家形象被嚴重醜化抹黑，中國的國家政策被錯誤解讀，這促使中國理解到國際社會對中國和平發展存在深刻的誤解，而造成此現象主要歸咎於兩點：第一，中國對國際輿論的忽視。中國自以為其以「和平發展」為核心，將是促進世界和平的力量，但在某些國家眼中自然認為其是一種威脅；第二，西方國家以傳統國際關係理論「修昔底德陷阱」(Thucydides's Trap)出發，認為崛起的強權必然挑戰現今的霸權，再加上中國的政治體制不符合西方的民主政體，因此對於中國的崛起充滿威脅。²⁷ 基於這兩點的現象，促使中國的國家形象受到嚴重衝擊，這將嚴重影響中國未來的發展道路，因此透過「官方輿論場」與「民間輿論場」的互相交織合作，²⁸ 能夠針對國外有損中國國際形象的言論進行辯解與反駁，以及塑造真正的中國國家形象讓國外民眾看到。

中國作為一個發展中的大國，其內政外交上的各項政策都將影響著世界發展，因此受到世界的關注，當面對世界的期待與誤解時，中國要透過公共外交向世界

²⁵ 梅新育，「GDP超越日本向中國提出新考驗」，**中國金融**，第17期（2010年），頁95-96。

²⁶ 邱坤玄、張登及，「大國外交的戰略意涵與作為」，高長、陳德昇主編，**中國大陸改革開放年評價與反思**（台北：財團法人兩岸交流遠景基金會，2008年），頁91-105。

²⁷ 施旭、郭海婷，「學術話語與國際安全——西方安全研究是如何塑造『中國威脅論』的」，**學術界**，第5期（2017年），頁58-74。

²⁸ 羅幸，「中國國家形象研究述評」，**廣西社會科學**，第9期（2017年），頁232-234。

解釋與說明中國的政策，並且讓世界真實地去認識與理解中國，而非受到其他不實抹黑輿論的影響，為中國的發展創造一個有利的輿論環境，以大力塑造良好的中國國家形象。

二、提升中國國際話語權

話語權是一個國家文化軟實力的體現，它對於塑造國家形象、維護國家利益、傳播思想價值觀念等具有相當重要的作用。中國國家實力的持續提升，讓中國走向世界舞臺的中心，而增進國外公眾對中國基本國情、價值理念、發展道路、內外政策等的理解和認識是當務之急。隨著中國對世界的影響日益擴大，各國的利益和中國的利益關聯度日益密切，促使中國有必要透過公共外交增強中國的國際話語權。²⁹ 中國認為現今其國家地位與國際話語權相當不匹配，對於中國而言，擁有自己的話語權是能否成為一個真正大國的前提，也決定了中國在國際社會中的地位和承擔國際責任過程中能夠發揮的作用。³⁰

由於國際話語權遭受到西方國家的壟斷，才讓中國威脅論等不利中國的輿論充斥全球，中國未擁有能夠有效解釋與反駁的話語權，這也讓中國漸漸認知提升國際話語權是捍衛中國國家利益重要的利器。國際話語權的提升基本上跟一國的國家價值有關，像是美國透過：自由、民主、人權的價值被世人所接受，再加上美國對國際公共財的提供，促使美國的國際話語權能夠相當強大。³¹ 而中國逐漸塑造起「和諧世界觀」的普世價值進行傳播，並在一帶一路的戰略下，積極扮演公共財提供者，以吸引其他國家對中國的支持，習近平更提出「歡迎各國搭中國發展的便車」，藉以塑造中國是一個「負責任大國」的形象，對於提升國際話語權有所助益。

²⁹ 趙啟正，**公共外交戰略**（北京：學習出版社、海南出版社：2014），頁 10-12。

³⁰ 王璐、吳茜，「試析大國崛起中的中國話語權建構」，**南方論刊**，第 6 期（2017 年），頁 10-13。

³¹ Li Mingjiang, "Soft Power in Chinese Discourse: Popularity and Prospect," *RSIS*, No.165, September 1, 2008.

三、促進中外文化交流

中國擁有豐富的東方傳統文化，中國文化對於世界文明的發展產生重大的影響，由於意識形態的不同，中國的發展受到西方國家的節制與質疑，而透過文化可以讓世界理解中國，將彼此距離拉近。2007年，時任中共總書記胡錦濤在十七大政治報告中，明確提出「加強對外文化交流，吸收各國優秀文明成果，增強中華文化國際影響力」³² 文化交流成為中國政府運用公共外交與外國文化交流的策略之一。

中國實現文化現代化，需要透過中華文化與世界其他文化交流與對話，文化交流就是公共外交重要的戰略工具，它以全民為主體，以文化為核心，透過多元化形式，致力於提升中國人文體系的世界影響力。³³ 在現今全球化的時代，妥善處理各文化的差異與價值之間的矛盾更為重要，防止陷入文明衝突當中，甚至是爆發戰爭。中國擁有五千年歷史豐富的文化資產，在全球文化交流中擁有極大優勢，近年透過北京奧運、上海世博、博鰲論壇、中國高鐵等各式外交平臺，將中國的文化元素展現給世界認識。

中國將透過與國外的文化交流，吸引外國民眾對於中國文化價值的理解與認同，孔子學院就在文化交流中扮演相當重要的角色，截至 2017 年底，全球擁有 525 所孔子學院和 1113 個孔子課堂，越來越多外國民眾願意學習漢語，並探索中國的傳統文化，像是中醫、中國菜、中國功夫等。根據國家漢辦統計，現今已經超越 1 億的外國人在學習漢語。³⁴ 由此顯現中國文化對於其他國家人民產生一股極大的吸引力，但仍有極大的發展空間，未來公共外交將持續扮演著中外文化交流重要的平臺，中國政府將加強人文交流的外交形式，將中國文化妥善傳遞

³² 「中共十七大政治報告全文」，人民網，2007 年 10 月 15 日，

<<http://cpc.people.com.cn/GB/104019/104098/6379198.html>>（校閱日期：2018 年 3 月 2 日）。

³³ 趙可金，「人文外交：全球化時代的新外交形態」，外交評論，第 6 期（2011 年），頁 73-89。

³⁴ 「關於孔子學院/課堂」，孔子學院（國家漢辦），

<http://www.hanban.edu.cn/confuciousinstitutes/node_10961.htm>（校閱日期：2018 年 3 月 2 日）。

給世界認識，這對於中國的軟實力建構將起相當大的作用。

第三節 中國公共外交的特點

公共外交的核心任務是對國外民眾施加影響，進而影響國外政府的決策，以及對本國國家形象的提升。由於每個國家有各自的文化、國際地位，以及扮演的角色，因此各國的公共外交都有其獨特性。美國在世界擁有超然的霸權地位，在世界政治、經濟、社會、文化方面都有相當大的影響力，美國透過公共外交讓全世界理解美國，並將其「美國價值」輸往全世界。英國透過「創意」為核心打造其獨特的公共外交特色，不僅僅是擁有傳統不列顛文化，更是凸顯英國的創新性，塑造一個擁有傳統與現代的「創意英國」。³⁵ 有些中小型國家，根據本國的國際角色與特色，也採取相應的公共外交策略，例如加拿大的「聯盟構建模式」和挪威的「多莊家模式」，³⁶ 它們成功地運用其國家特點，積極得開展公共外交，並塑造良好的國家形象，有效提升其在國際的影響力。

雖然中國在公共外交領域發展的經驗與時間並不多，但中國卻擁有塑造公共外交豐富的基礎與元素，這將加速中國公共外交的發展。隨著中國國際實力的增長，中國更加重視其國家形象的塑造，以及國家軟實力的建設，中國透過自身獨有特色的發展經驗、傳統文化，試圖打造屬於中國特色的公共外交策略，以向其他國家人民傳達中國的國家形象。

一、中國傳統文化元素

中國是一個擁有豐富歷史的國家，有著古老悠久的民族文化，這些獨特的民族文化孕育著中國公共外交重要的思想基礎，中國傳統文化元素是中國開展公共外交重要的優勢與資產。一個民族歷史越悠久，社會型態更替的越慢，文

³⁵ Kirsten Bound & Rachel Briggs & John Holden & Samuel Jones, *Culture Diplomacy* (London: Demos, 2007), pp.18-19.

³⁶ 趙可金，*公共外交的理論與實踐*（上海：上海辭書出版社，2007年），頁414-415。

化的內向型越強，這個民族的戰略文化傳統越能夠發揮作用，中國就是一個典型的代表。³⁷ 儒家思想、漢語、中醫藥、中華料理、傳統技藝、京劇、本土佛教、道教、天人合一、和諧思想、宮廷文化等都於中國文化資源的一部分。在這當中，漢語、和諧思想融入在公共外交中的策略上相當顯著，更加的去展現中國傳統文化的價值。

（一） 漢語

一個國家的語言與該國文化息息相關，對於一個語言的認識與理解是瞭解一個國家、民族重要的基石。語言、文字是文化最重要的載體，尤其漢字是在漫長的歷史過程中逐漸形成和發展的，它們浸透著中國歷史和文化的因數，是中國文化最核心的要素。而將漢語推廣到世界，便是讓世界認識中國重要的一道門，漢語的推廣是中國公共外交重要的一環，透過語言的認識，讓外國民眾對中國深感興趣，願意去認識中國。因此作為以語言教學和漢語推廣為主要任務的孔子學院，無疑是中國文化和傳統文化傳播的重要管道。

隨著中國的國際地位日益增長，世界的「漢語熱」也隨之增加，中國透過「孔子學院」在世界迅速擴展，將漢語與中國文化的價值傳遞出去。自 2004 年孔子學院開設以來，全球已擁有 525 所孔子學院和 1113 個孔子課堂，涉足五大洲，顯現孔子學院的影響力已擴展到世界角落。從孔子學院兩大功能方針：語言推廣與文化交流來看，與公共外交息息相關，孔子學院作為中國公共外交的手段將有助於中國整體外交更多功能目標的實現。³⁸ 孔子學院不僅僅是一個漢語教育機構，亦是一個文化交流中心，各地孔子學院依靠自身的特色與優勢，開展豐富的教學與文化交流活動，充分展示中國傳統文化，並與當地文化進行合作交流，³⁹ 讓當地民眾更加認識中國，試圖消除對中國的誤解與敵意。

³⁷ 郭樹勇，**中國軟實力戰略**（北京：時事出版社，2012 年），頁 117-118。

³⁸ Rya Butterfield, "Reviving the 'Confucius' in Confucius Institute Diplomacy," *China Media Research*, Vol.10, 2014, pp.13-21.

³⁹ 柳婷婷，「淺析孔子學院公共外交職能」，**改革與開放**，第 22 期（2017 年），頁 139-140。

（二） 和諧思想

中華文化自古講究「以和為貴」的發展理念，和諧文化的提出也體現了對古代優秀思想的繼承與發揚，它是被各階級普遍接受和認同的一個精神，他對中國人的思維和行為方式產生深遠的影響，是維繫和促進中國社會發展的一種重要文化支撐。⁴⁰「和諧」思想做為中華文化的核心價值，中國政府將其塑造為中國持續發展的重要理念，亦是對外傳播重要的內容，胡錦濤「和諧世界」的提出，中國致力於實現各國和諧共處、致力於實現全球經濟和諧發展、致力於實現不同文明和諧進步。⁴¹

面對國際上中國威脅論的聲浪，中國透過和諧思想予以應對與駁斥，這不僅僅是中華文化核心價值的展現，亦是全世界的普世價值，它同時擁有兩種身分，因此它在對外國民眾的傳播上更有感染力。習近平提出的「人類命運共同體」亦是和諧思想的展現，中國在追求國家利益的同時，亦會兼顧期它國合理的關切，並在謀求國家快速發展時，亦會促使各國共同發展，擁有和諧、相互依存、共同利益、全球治理等思想觀念。⁴²中國的公共外交策略的實踐，當中蘊含著「和諧思想」、「和平發展」、「同舟共濟」等原則，中國試圖利用這樣的文化價值塑造中國的國家形象，讓其他國家民眾對中國的贊同。

二、中國模式的展現

改革開放以後，中國依靠「中國特色社會主義」道路走出一條不同於西方國家的發展模式，已然成為世界第二大的經濟體，更於 2008 年全球金融風暴中將其傷害降到最低，持續持為世界經濟發展重要的引擎，讓其他國家開始思考「中國模式」是不是除了現今西方資本主義國家外的另一個選擇。中國模式不單只是

⁴⁰ 鄭金萍，「和諧文化建設與國家文化軟實力的提升思考」，**智庫時代**，第 17 期（2017 年），頁 293-294。

⁴¹ 「促進中東和平，建設和諧世界」，**人民網**，2006 年 4 月 24 日，
<<http://theory.people.com.cn/GB/49169/49171/4322766.html>>（校閱日期：2018 年 3 月 2 日）。

⁴² 叢占修，「人類命運共同體：歷史、現實與蘊含」，**理論與改革**，第 3 期（2016 年），頁 1-5。

經濟方面的數字，其涉及兩個方面：一方面是內生性動力，即中國崛起所依靠的政治經濟體制，政治體制擁有主導地位，經濟發展是透過強而有力的政治權力推動；另一方面是外部性認同，即如何讓國際社會接受中國崛起的事實，中國是以「和平」方式崛起，希望藉此獲得中國應有的國際話語權。⁴³

中國政府希望表達「中國模式」是除了西方資本主義的另一條可能發展的道路，尤其是對許多發展中國家來說具有巨大的吸引力，透過這些國家的推崇與支持，更能對中國在國際上的地位有所提升，並增進中國的國際影響力。中國的公共外交的任務之一，即推廣中國模式的優勢與特色，消弭中國威脅論等的負面言論，以讓世界認識中國在走自己獨特的道路，並不會去威脅其他國家的發展。中國模式已恰恰融入在屬於中國自身特色的公共外交當中，展現中國獨特的公共外交風格。

三、執政合法性的塑造

對一國家而言，政府獲得合法性來源不僅僅是本國公民認可，還需要他國人民、國際社會的認同，對於崛起的中國更加迫切要得到國際社會對中國的認同。中國不斷地融入現有國際制度體制，其願意接受西方國家的遊戲規則，但也試圖影響國際社會接受中國特色的體制、發展模式。⁴⁴ 從中國官方和領導人講話中可以發現，在中國和平崛起的發展下，爭取國際社會對中國實力地位和國際影響力不斷提升的認同與接受，已經是中國政府當前重要的任務，而爭取國際社會對中國權力增長的認同，其本質就是爭取在國際層面的政府合法性。⁴⁵ 在對外爭取合法性同時，亦是在爭取中國人民的認同，讓中國人民理解在中國獨特的政治體制下獲得應有的利益，以獲得他們對中國共產黨一黨專政的認同。隨著中國國際實

⁴³ 周健、叢松日，「中國崛起：中國模式的可持續性發展」，*華北理工大學學報（社會科學版）*，第1期（2017年），頁12-15。

⁴⁴ Ingrid d'Hooghe, "The Rise of China's Public Diplomacy," *Clingendael Diplomacy Paper*, 2007, No.12, p.18.

⁴⁵ 曹瑋、趙可金，「合法性塑造及中國公共外交」，*國際政治科學*，第2期（2013年），頁62-93。

力與地位的擴大，提升政府合法性是促進中國持續快速發展、消弭中國威脅論聲浪的關鍵，因此成為中國公共外交的目標，亦是中國公共外交的重要特色。

第四節 小結

「公共外交」引入中國的時間僅僅十多年，尚未像西方國家已有成熟消化的過程，但中國依靠豐富的中華傳統文化、行之有年的對外宣傳系統作為基礎，使得中國特色的公共外交能夠迅速地發展。本研究認為中國公共外交經歷了四個時期：第一階段，屬於公共外交的前身，對外宣傳時期（1949年—1989年）；第二階段，引入期（1989年—2001年）；第三階段，萌芽期（2001年—2008年）；第四階段，開展期（2008年—迄今）。中國公共外交的正式發展主要是改革開放後，中國逐漸地走入現今國際體制，不僅僅是要讓世界理解中國，更是要世界認同中國的和平發展是有利於其他國家的。

中國作為一個持續發展中的大國，未來的發展仍需要和平穩定的國際環境空間，因此中國在發展道路上，要透過公共外交活動持續向世界說明中國的國情、政策、和平精神，以讓世界其他國家民眾理解中國，以取得最大的支持。公共外交在中國的展開三個主要意義：改善中國國家形象、提升中國國際話語權、促進中外文化交流，這三者與中國未來的生存與發展息息相關，中國勢必要透過公共外交獲取其他國家民眾的認同與支持，以影響該國政府與中國的關係發展。

公共外交的核心任務是對其他國家民眾施加影響力，利用他國民眾對本國政策的支持與認同，增進本國的國家形象。由於每個國家都是獨立的個體，都有其獨特的文化、國際地位，以及所扮演的角色，因此因此各國的公共外交都有其獨特性。中國公共外交的特色主要有三點：中國傳統文化元素、中國模式的宣傳、執政合法性的塑造，這是基於中國傳統的文化，以及中國共產黨一黨

執政下獨特的政治體制，所形成的中國發展模式。因此，中國特色的公共外交希望透過軟性的中華文化，來去宣揚中國模式的優勢，並以此爭取國際社會對其執政合法性的支持。



第肆章 中國高鐵在公共外交中的角色與影響

第一節 國家營銷

隨著中國綜合實力日益強大，中國的公共外交顯得更為重要，公共外交的層面也逐漸擴大，從早期的乒乓外交、熊貓外交，到後來的孔子學院、北京奧運、上海世博等皆是中國軟實力的展現，它們都是為中國公共外交而服務，替中國良好國家形象塑造增添不少光彩。中國對於高鐵技術的掌握越來越有自信，並透過自主創新，創造出屬於中國品牌的「中國高鐵」，它的誕生促使中國積極想改變長期處於低階製造業、低毛利商品、低品質的印象有了更大的動力。中國希望憑藉中國高鐵自主研發創新的努力，改變國際對「中國製造」屬於低劣品質的觀感，因此中國高鐵逐漸成為公共外交重要的角色。中國高鐵將扮演中國公共外交創新的一環，它將代表中國的新門面，中國高鐵的輸出不僅能重新塑造中國的國家形象，更展現中國崛起的自信。

中國高鐵的快速發展擁有的不僅是中國自主創新的成果，更是代表中國特色社會主義道路精神的成功，更是為中國特色發展道路的宣傳擁有加分效果。¹ 中國政府對高鐵的支持力度與宣傳，將是為中國高鐵走出去有著深厚的影響，「國家營銷」將是推動中國高鐵外交重要的手段之一。「國家營銷」即把一個國家作為企業或品牌在全球範圍內進行宣傳推廣，樹立國家形象，使人們認識其文化、價值觀念，從而在心理或行為上接受該國、行為與產品。² 中國高鐵便是國家營銷中重要的產品，透過高鐵輸出將中國的價值觀念、文化傳播出去，去改變外國民眾對中國的看法。

¹ 中國中車集團公司，「讓高鐵工人精神成為核心價值觀的生動表達」，**企業文明**，第 10 期（2016 年），頁 31-32。

² 何昊、周芳文，「國家營銷構築中國軟實力」，**生產力研究**，第 21 期（2009 年），頁 136-137。

國家營銷比起企業營銷更具有強大的優勢，首先是國家公信力比起企業更加強大，擁有國家的背書更可讓消費者接受與認同，以及國家營銷不只是為了宣傳產品或企業，更是對國家發展經驗、價值觀去宣揚；其次，國家營銷的形式多元化，可以透過電影、電視、國際活動等去宣傳，比起企業宣傳更多樣；第三，國家營銷比起企業營銷更具吸引力，國家營銷主要是塑造國家形象，藉以提升國家吸引力、認可度。³ 本文將透過「領導人行銷」與「國際活動」兩方面分析中國如何行銷中國高鐵，讓世界認識中國高鐵的優勢。

一、領導人行銷

近年，中國領導人頻頻在國際出訪、接待國際貴賓時都積極宣傳中國高鐵，尤其是李克強總理更被封為「中國高鐵超級銷售員」⁴ 由國家領導人在第一線推銷產品是相當罕見的行為，中國領導人親自在第一線推銷高鐵，顯現中國高鐵被賦予的地位相當崇高。自 2013 年李克強成為中國國務院總理以來，對於中國高鐵的推銷宣傳親身力行，促使中國高鐵的宣傳獲得相當大的迴響，也因此獲得到許多國家的認同與青睞（如表三）。

中國領導人的高鐵行銷對於中國高鐵走出去將產生積極的效應，它將對中國高鐵品牌國際化產生龐大廣告效果，中國高鐵將扭轉傳統中國製造屬於低劣的形象，而成為高技術、高創新的中國製造，以此表示中國高技術、自主創新的產業將快速發展。而領導人的高鐵營銷也將產生國家信用背書的效果，由於高鐵建設擁有一定風險，需要大量資金支援，有了中國的國家信用支持，將能夠吸引其他國家對於中國高鐵的引進，強化與中國之間的高鐵合作。西南交通大學校長徐飛表示「美國有蘋果，中國有高鐵」，中國高鐵的品牌化將會走向世界，高鐵的使

³ 魏國江，「『中國製造』價值提升中的國家營銷研究」，*河北經貿大學學報（綜合版）*，第 11 卷第 4 期（2011 年），頁 40-44。

⁴ Peter Cai, "Li's Pitch on High-speed Trains Part of China Regional Push," *Lowy Institute for International Policy*, March 25, 2017, < <https://www.lowyinstitute.org/publications/li-s-pitch-high-speed-trains-part-china-s-regional-push> > (Review Date: May 10, 2017).

命相當重大，將成為代表中國門面的重要品牌。⁵ 中國高鐵將隨著領導人的行銷宣傳獲得國際社會的認可，藉以宣揚高鐵在中國特色發展道路上的快速增長，進而形塑中國的國家形象。

表三 李克強總理對外高鐵推銷成果表

國家		時間	內容
亞洲	泰國	2013年10月	出訪泰國推銷中國高鐵技術，「高鐵換大米」的開端。
		2014年12月	再訪泰國簽署《中泰鐵路合作諒解備忘錄》。
	印尼	2015年3月	印尼總統佐科訪華，中國政府鼓勵中國企業赴印尼參與高鐵等項目建設。
	馬來西亞	2015年11月	馬來西亞總理納吉訪會談，積極探討開展馬來西亞-新加坡高鐵建設。
	印度	2015年5月	印度總理莫迪訪華，雙方共同見證了中印在鐵路等領域合作檔的簽署。
	寮國	2016年9月	出訪東亞合作領導人系列會議，針對中寮高鐵進行宣傳與遊說。
歐洲	新加坡	2017年9月	新加坡總理李顯龍訪華，李克強特別指出，中國高鐵技術先進、安全可靠、性價比高，希望新方支持中國企業參與新馬高鐵項目。李顯龍回應，歡迎中國企業參與新馬鐵路項目。
	羅馬尼亞	2013年11月	參加中國—中東歐國家領導人會議期間，與羅馬尼亞總理會晤，決定在修建羅馬尼亞高鐵方面進行合作。
	匈牙利 塞爾維亞	2013年11月	參加中國—中東歐國家領導人會議期間，與匈牙利總理和塞爾維亞總理共同宣佈，合作建設連接貝爾格勒和布達佩斯的匈塞鐵路。
	俄羅斯	2014年10月	訪俄期間，中俄兩國簽署高鐵合作備忘錄。
	愛沙尼亞	2015年11月	會見愛沙尼亞總理羅伊瓦斯時表示，中方願繼續推進波羅的海高鐵項目建設。
中東歐 國家	2015年11月	邀請來華出席第四次中國-中東歐國家領導人會晤的中東歐國家領導人共同乘坐中國高鐵。	

⁵ 徐飛，「中國高鐵『走出去』的十大挑戰與戰略對策」，人民論壇·學術前沿，第14期（2016年），頁58-78。

	拉脫維亞	2016年11月	訪問拉脫維亞時表示，中國在鐵路、港口建設領域有性價比好的裝備和豐富經驗。中拉加強發展戰略對接，開展產能合作，將是一件雙贏的事。
	英國	2013年12月	會晤英國首相卡麥隆來訪，推銷中國在高鐵領域擁有安全的技術和較高的性價比。
		2014年6月	李克強回訪英國洽談英國連接倫敦與英格蘭北部的2號高鐵路項目投資的可能性。
	德國	2014年10月	在訪問德國前夕，在德國《世界報》上發表署名文章，強調希望德國允許資質好的中國企業競標德國的高鐵路項目。
美洲	墨西哥	2014年11月	墨西哥總統訪華時表示，中國高鐵路技術先進，安全可靠，性價比高，運營經驗豐富，兩國就此開展合作是互利雙贏的。
	巴西	2015年5月	簽署「兩洋鐵路」合作協議，初估預算達600億美金。
大洋洲	澳洲	2017年3月	出訪澳洲與澳洲總理簽署八項合作檔，李克強表示雙方的合作不僅要「騎在羊背上」，「站在礦山上」，還要「坐在高鐵路」。
	紐西蘭	2017年3月	出訪紐西蘭期間，中國中車集團公司與紐西蘭國鐵（KiwiRail）、太平洋動力發展（紐西蘭）有限公司（PPD）簽署了一份戰略合作協定，以拓展和加深三方在機車、貨車和客車項目之間的合作關係。
非洲	伊索比亞	2014年5月	訪問伊索比亞期間表示，要在非洲建立高鐵路研發中心。
	非洲國家	2014年5月	世界經濟論壇非洲峰會上，中國將說明非洲建設高鐵路網路、高速公路網路、區域航空網路的基礎設施「三大網路」。

資料來源：筆者整理自中國國務院網站、人民網、新華社的相關報導。

二、國際活動

中國高鐵路在國家營銷中另一個重點即是在「國際活動」的亮相，藉由國際活動充滿鎂光燈聚焦的場合進行行銷宣傳，不僅能夠獲得國際的關注，亦能夠展現中國高鐵路作為中國門面的亮點。中國時常透過各種大型國際會議場合，積極的宣

傳中國高鐵，於 2008 年北京奧運期間中國第一條高鐵京津高鐵投入服務，便是相當成功的公共外交作用，讓來參加奧運的選手、貴賓、來賓等人親身體驗中國高鐵的乘坐感受，讓世界理解中國高鐵的自主創新，讓世界認識到中國製造不再是低品質產品。2010 年上海世界博覽會亦是一個將中國高鐵對外宣傳的重要亮點，中國政府設立了專門宣傳中國高鐵的「中國鐵路館」，在館場門口擺設了一台「和諧號」列車，是當時最新的 CRH380A 型號，設計時速達 400 公里。中國藉由世博會這種國際級、高規格的國際場合宣傳，並且利用上海—杭州高鐵的開通，讓來上海參加世博的外國民眾可以體驗乘坐中國高鐵，以此能夠加大宣傳力度，以及讓外國民眾與媒體認可，並傳播回國內去。

「世界高速鐵路大會」是由國際鐵路聯盟（UIC）所主辦的，從 1992 年開始舉辦，至今已舉辦過十屆，主旨在展示和交流世界高速鐵路發展水準與成就，中國是 2010 年第七屆的主辦國，亦是亞洲第一個主辦國（日本於 2015 年第九屆才擔任主辦國）。世界高速鐵路大會是中國高鐵對外展示的一個重要舞臺，2010 年以「高速鐵路承載綠色交通新使命」為主題在中國北京主辦，⁶ 這是一場世界高鐵的盛世大會，促使中國高鐵走向世界，讓世界認識到中國高鐵的潛力與優勢，是一個展現中國高鐵對外交流的重要舞臺。中國政府透過各種國際活動、場合積極為中國高鐵做宣傳，展現中國在高鐵領域的實力，積極地去塑造中國已成為高鐵強國的形象，並且有能力將其高鐵輸往其他國家，以改善其他國家的基礎交通建設，促進國家發展等目標。中國高鐵在國際場合上的宣傳與營銷將能夠獲得相當良好的效果，將為中國公共外交扮演相當重要的角色，增進其他國家對中國的認同，以提升中國在國際社會的地位。

第二節 傳媒宣傳

傳媒宣傳是中國政府宣傳中國高鐵另一個重要的管道，運用海內外的媒體管

⁶ 張菁，「第七屆世界高速鐵路大會在京召開」，*綜合運輸*，第 1 期（2011 年），頁 86。

道為中國高鐵展開積極攻勢，不僅對內能夠讓中國人民瞭解到中國高鐵是中國特色道路發展下的產物，讓國內民眾能為此感到自豪；對外能夠展現中國高鐵比起世界其他國家高鐵更具有競爭力與優勢，讓其他國家民眾正視中國模式的發展道路是成功的，對世界的和平發展是有貢獻的，並予以肯定與認同，藉以消弭國外民眾對中國的疑慮與擔憂。然而，若僅僅透過媒體對外宣傳這將走向以前中國外宣模式的老路，讓外國民眾對此可信度保持疑問。因此中國逐漸用起多元化的傳媒宣傳手法幫助中國高鐵宣傳，促使中國高鐵能順利走出去，讓世界給予認同。

一、紀錄片

隨著中國經濟社會發展不斷進步，對中國文化宣傳日益重視，而中國快速的發展變化給予紀錄片一個良好的契機，去記載描繪中國的「變化」，將紀錄片的製作作為一項重點工程，統籌研究與系統規劃，加大力度去做好「中國的故事」傳播向世界。⁷ 《舌尖上的中國》是宣傳中國各地的飲食文化和精神追求，展現中國軟實力公共外交最重要的紀錄片之一，獲得國內外民眾廣泛的回響，至今已拍攝三季，擁有多種語言字幕，並在許多國家的電視台熱門時段撥放，相當成功地傳達中國文化給世界認識。⁸ 紀錄宣傳片是能夠向海內外民眾說明、展現中國文化、特色的重要管道。

中國政府為了加大力度宣傳中國高鐵，在紀錄片上投入相當大的資源與心力，像是由中國中央電視台(CCTV)攝製的《中國高鐵》於 2016 年首播、《走遍中國：了不起的高鐵》於 2017 年首播，甚至連中國高鐵動畫宣傳片都拍製，出版多種語言字幕，讓更多國際民眾認識與瞭解。然而，不僅僅只有以上這幾部紀錄宣傳片而已，許多介紹中國故事的紀錄片都有一定比例介紹中國高鐵的發展。由此顯現中國政府積極想去讓國內外民眾清楚認識到中國高鐵的快速發展過程與成果，對國內人民塑造出中國在高鐵產業快速進步的優勢，以此促進中國人民對中國高

⁷ 田進，「講好中國故事，傳播中國聲音」，**傳媒**，第 2 期（2016 年），頁 9-10。

⁸ 高臻笛，「淺析紀錄片《舌尖上的中國》的跨文化傳播策略」，**視聽**，第 1 期（2016 年）。

鐵的自豪感，加以對中國政府的認同與肯定；對國外民眾展現中國高鐵的快速發展，讓國外人民對中國國家形象改變，並獲得對中國模式的認同。

不僅僅是中國本身拍攝相關的紀錄片，就連外國媒體也進行拍攝相關紀錄片，英國廣播公司（BBC）於 2016 年撥出其製作的紀錄片《中國故事》（The Story of China），當中的主持人透過中國高鐵踏訪中國各地，雖然本片主旨是在介紹中國歷史朝代的變化，但高鐵的鏡頭不停地曝光，亦讓中國高鐵成為另一個主角，讓中國故事能夠更有效傳達給外國民眾，達到公共外交的效果。⁹ 對於中國來說，國際媒體對中國故事進行宣傳，讓中國高鐵在國際上的曝光增多，將有利於中國高鐵外交的實踐，讓更多外國民眾理解中國高鐵，並給予認同。

二、影劇節目

宣傳高鐵除了由政府主導推動的紀錄片以外，影劇節目更是讓中國高鐵走向海內外民眾重要的管道，輕鬆娛樂性的綜藝節目、情節性電視劇等不斷推陳出新更加去符合觀眾的胃口。中國影視的發展日益進步，現在已逐步銷往海外，獲得海外觀眾許多好評，更是成為替中國高鐵宣傳的重要管道。中國高鐵不斷地出現在許多中國現代影劇、綜藝節目的畫面當中，像是近幾年相當火紅的中國綜藝節目《極限挑戰》、《奔跑吧兄弟》、《極速前進》等，當中不僅僅是只有高鐵當作交通工具或者是畫面呈現，更是以高鐵為主題的實境真人秀挑戰賽，更讓觀眾去認識與理解到中國高鐵。這些節目不僅僅是在中國當地熱門，甚至是在中國周邊許多國家都受到相當好評。

中國的影視產業發展日益進步，各種創新、特色的影視節目逐漸受到國外民眾的喜愛，其對外宣傳力度能夠呈現龐大的效果與接受度。透過影視節目的運用更能夠走入民眾的生活當中進行宣傳，不同紀錄片這種官方色彩較為濃厚、呈現

⁹ “The Story of China,” BBC, 2016, <<http://www.bbc.co.uk/programmes/b06ymzy7>> (Review Date: May 20, 2017).

方式較為嚴謹的方式，更是以生活化、娛樂為主的方式，間接地去行銷、宣傳中國高鐵的優點，更能讓外國民眾予以接受，啟發海內外觀眾對於中國高鐵的好奇，並願意去更認識中國高鐵的發展，這對於中國高鐵走出去擁有相當大的幫助，以及更能展現中國軟實力的策略。

三、廣告冠名宣傳

廣告冠名是中國高鐵相當有特色的地方，它不僅僅是單純利用高鐵內廣播廣告、跑馬燈投放、座椅、小桌板等方式，更是將公司名稱冠名在中國高鐵的車名上，例如 2015 年首間互聯網金融機構「大拇哥財富」以每年 2 億人民幣冠名高鐵列車，高鐵專列名稱即「大拇哥財富號」專列，透過這種做法強勢彰顯企業的實力，並吸引更多人的注意。¹⁰ 許多知名的中國企業都相當願意利用高鐵冠名做該公司的廣告宣傳，透過中國高鐵大量的人流特點，擁有廣泛的影響力，能让更多人認識該企業。

企業對高鐵的廣告冠名不僅汲取了高鐵媒體受眾量大、網路性強、精準性高、覆蓋面廣等特點，而且開展了以全方位、多形式有機結合的新品牌推廣模式，從而實現了品牌形象與產品。廣告冠名此做法可以表示中國鐵路總公司市場化改革進程中的標誌事件，改變以往國有企業呆板、不瞭解市場的形象，並且可以使高鐵與沿線企業有效合作，不僅給高鐵帶來經濟收益，也為企業了打響知名度，¹¹ 能夠讓高鐵冠名的企業品牌一定是經過篩選的，能代表中國的優質品牌，品牌的本身就具有不小的影響力和號召力，對於品牌形象有著嚴格的要求，才更能使高鐵的優質形象更加深入人心。而中國高鐵還能夠憑藉該公司的知名度為中國高鐵獲得更多知名度與曝光度，這對中國高鐵的形象達到加分效果。

¹⁰ 「大拇哥財富冠名高鐵年投放資金 2 億」，**卓越理財**，第 6 期（2015 年），頁 62。

¹¹ 「『晉商貸』敢為人先，行業首家冠名高鐵動車組品牌專列」，**中國商業電訊**，2015 年 4 月 3 日，<http://www.prnews.cn/press_release/133246.htm>（檢閱日期：2018 年 3 月 22 日）。

四、透過國外民眾宣傳

中國政府不僅是依靠政府、民間企業、人民等積極地去宣傳中國高鐵，更是利用來中國旅遊、留學、工作的外國民眾來替中國高鐵做宣傳，藉由他們親身高鐵的體驗經驗去打破國際上對中國高鐵的質疑與流言蜚語，這是比起中國政府透過紀錄片、新聞媒體、官方發言等方式去回應解釋更有效用。2015年中國政府為爭奪馬來西亞至新加坡的高鐵，透過在中國留學的馬來西亞巫裔研究生沙菲為主角，讓他的親身經驗來訴說中國高鐵的故事，並且在馬來西亞的電視台中播出，獲得廣大迴響。¹² 這是中國首次以此作法在海外宣傳中國高鐵，並且不是利用華僑，而是透過當地人民來做宣傳，以此做法對於中國高鐵爭取馬來西亞民眾的支持能夠有所加分。

在許多社群媒體中，皆可以發現外國民眾在社群媒體上面分享搭乘中國高鐵的感受與經驗，像是 YouTube、Facebook、Twitter、Instagram 等平臺都可看見相關貼文、影片、照片分享。在這個社群分享時代，社群間的互相交流分享是相當有利的宣傳行銷效果，這無疑對中國高鐵對外宣傳更有效地深入人心，獲得更廣大的迴響。當然中國必須提供優質的服務，才能讓外國民眾獲得好的經驗予以分享，否則壞的經驗體驗也將會更對中國高鐵的形象大打折扣。水能載舟，亦能覆舟，中國高鐵必須提供創新、優良的服務品質，給予國外民眾好的形象印象，才能促使國外民眾對其進行宣傳與肯定，不然亦將會成為中國高鐵走出去的絆腳石。

第三節 旅遊外交

「旅遊外交」是指借助「旅遊」這一媒介，在國際關係方面進行活動與交往。其中包括中外遊客、中外旅遊企業、行業協會以及中外官方旅遊組織之間的交往，既涵蓋了中外文化交流，又包含中外旅遊企業經營合作方面的經濟與技術交流等

¹² 「在華深造央視遴選，馬巫裔生宣傳中高鐵」，星洲網，2015年5月17日，<<http://www.sinchew.com.my/node/1446198>>（檢閱日期：2018年3月22日）。

層面。¹³ 隨著中國經濟地位的提高，中國旅遊外交不斷深化發展並逐步走向成熟，旅遊外交逐漸成為中國改變國家形象強而有力的工具之一。當中「中國高鐵」是中國旅遊外交重要的推手，它將扮演中國旅遊改革與優化的重要推手，成為吸引國外民眾前來中國旅遊觀光的核心。

一、中國旅遊外交地位逐漸提升

中國十三五規劃以來，中國旅遊外交地位不斷提升，已經從中國外交政策的邊緣地方走向核心地位，多項成果表明旅遊外交在促進國家間政治關係、經貿合作、人文交流、傳播中國文化、提升國家形象和增加國際影響力等方面擁有顯著作用。¹⁴ 近年來，中國國家旅遊形象通過不同級別政府旅遊行銷傳播，出入境遊客的口碑效應，以及旅遊企業的跨境合作等，日積月累逐步樹立起來優良的口碑形象。

根據中國文化和旅遊部的數據統計，2017 年中國旅遊市場高速增長，入出境市場平穩發展，供給側結構性改革成效明顯。2017 年全年，入境旅遊人數 13948 萬人次，比上年同期增長 0.8%，而入境外國遊客人數 4294 萬人次，當中觀光休閒占 37.1%；國際旅遊收入 1234 億美元，比上年同期增長 2.9%。¹⁵ 由此可見，中國的觀光旅遊市場是呈現成長趨勢，外國旅客比例也逐漸攀升，旅遊外交便是公共外交推動的一種有效方法，讓外國民眾親自到中國觀光體驗，理解中國的故事，尤其是中國高鐵逐步扮演起核心的角色。

二、中國高鐵在旅遊觀光擁有重要影響力

從交通對旅遊觀光實施的主體——遊客來說，交通將直接影響到旅客的決策

¹³ 鄒統鈺、胡瑩，「旅遊外交與國家形象傳播」，**對外傳播**，第 5 期（2016 年），頁 22-24。

¹⁴ 劉玥，「旅遊外交與中國國家旅遊形象傳播」，**農家參謀**，第 15 期（2017 年），頁 239-240、277。

¹⁵ 「2017 年全年旅遊市場及綜合貢獻數據報告」，**中華人民共和國文化和旅遊部**，2018 年 2 月 6 日，<http://www.cnta.gov.cn/zwgk/lysj/201802/t20180206_855832.shtml>（檢閱日期：2018 年 3 月 25 日）。

行為，並間接影響到旅客對這趟旅遊的滿意度。交通的便利性通常是旅客的首要選擇，因此交通將扮演著一國觀光旅遊發展重要的位置，對於遊客是否願意前來發揮一定的吸引力。高鐵是影響中國旅遊觀光變革的重要交通工具，中國高鐵日益發展，比起飛機具備優質的穩定度、舒適性、安全性，以及交通費用都較為低廉，因此讓中國高鐵在推動旅遊觀光層面具有相當大的吸引力。高鐵的誕生，改變了中國的地理與時空觀念，讓幅員遼闊的中國可以更加緊密的連結，這對於旅遊觀光業的發展提供有利的環境。

隨著中國高鐵的快速發展，截至 2017 年底中國鐵路營業里程達到 12.7 萬公里，其中高鐵 2.5 萬公里，占世界高鐵總量的 66.3%，鐵路電氣化率、複線率分別居世界第一和第二位，「四縱四橫」鐵路網已全部建成，預計 2020 年中國高鐵將達 3 萬公里左右，覆蓋 80% 以上的大城市。¹⁶ 由於中國高鐵創新發展，高鐵品質日益提高，並且在覆蓋率上面也達到相當大的規模，這無疑將促進沿線城市旅遊觀光的發展帶來新改變、新動力，將對中國整體的旅遊觀光市場、品質能夠有效提升。

根據中國與全球化智庫（CCG）的研究報告表示，在旅遊滿意度調查方面，外國遊客對於中國旅遊交通滿意度最高，甚至比起中國食物的滿意度還要高，而在旅遊交通中又以「中國高鐵」為外國遊客到中國旅遊的重要體驗項目之一。¹⁷ 顯現中國高鐵對於外國遊客到中國觀光是一項具有吸引力的目的，由於高鐵尚未在世界普及，僅僅只有少數幾個國家擁有，而中國又是世界上營運里程最長的高鐵大國，再加上中國文化的旅遊特點，「高鐵+旅遊」成為外國民眾想前往中國的目的，這將促使中國的旅遊觀光市場能夠有效提升，亦能促使中國高鐵的正面宣

¹⁶ 馬學玲，「2020 年中國高鐵將達 3 萬公里，覆蓋八成以上大城市」，**中國新聞網**，2018 年 1 月 3 日，<<http://www.chinanews.com/gn/2018/01-03/8414765.shtml>>（檢閱日期：2018 年 3 月 25 日）。

¹⁷ 「推動中國入境旅遊快速發展，促進全域效應提升惠及全國」，**中國與全球化智庫**，2017 年 11 月 27 日，<<http://www.ccg.org.cn/Event/View.aspx?Id=7964>>（檢閱日期：2018 年 3 月 25 日）。

傳效果。

高鐵對中國旅遊觀光業的發展具有強化與改革的作用，它不僅僅是讓沿線城市的觀光發展能夠有所提升，亦讓傳統的跟團遊逐漸被自助遊與深度旅遊取代，對於中國整體的旅遊觀光環境能夠有所提升。中國高鐵在境內的鋪設仍有相當大的潛力，有許多地方還未有高鐵站，亦對未來中國觀光旅遊市場的發展空間仍有相當大。2019 年底舉世聞名的世界文化遺產——八達嶺長城將會有一座高鐵站生成，建設在長城地下 102 公尺的高鐵站，將成為世界最深的高鐵站。¹⁸ 八達嶺高鐵站的完工，將對中國長城旅遊觀光方便性提升不少，讓來中國觀光的旅客能夠直接從北京坐高鐵即可到達，這將促使中國長城旅遊吸引更多的遊客造訪。

中國高鐵對於中國旅遊外交地位的提升擁有核心作用，吸引更多國外旅客願意前來中國旅遊，讓中國文化、發展等特色能讓更多外國民眾親眼所見，發揮重要的公共外交作用。中國高鐵亦成為外國民眾來中國旅遊重要的體驗行程，這能有效對外宣傳中國高鐵的優勢與形象，促使它成為中國對外關係的重要門面，對於中國的國家形象提升扮演積極的角色。中國高鐵將持續促進中國的旅遊外交開展，為中國旅遊觀光產業的進步與改革注入新的活力，以此吸引更多外國民眾到中國旅遊。

第四節 小結

隨著中國的發展日亦提升，中國對公共外交的重視程度亦逐漸提升，繼乒乓外交、熊貓外交、孔子學院等形式之後，高鐵外交現在已然成為中國推動公共外交重要的一環，為中國國家形象的塑造擁有良好的作用。在一帶一路的推動下，高鐵扮演起整個一帶一路倡議的核心角色，而為了讓一帶一路倡議能夠順利發展，

¹⁸ 「八達嶺長城地下 102 米，有一座世界最深的高鐵站」，**新華社**，2017 年 8 月 14 日，
<http://www.xinhuanet.com/politics/2017-08/14/c_1121479300.htm>（檢閱日期：2018 年 3 月 25 日）。

公共外交必須要積極地推動，讓其他國家人民瞭解到中國的政策、價值觀、文化等，因此高鐵走出去便是重要的戰略選擇。中國要讓其他國家認識到，高鐵外交不僅僅是為了中國的發展與國家利益，更是為了要幫助其他國家的基礎建設發展，以此促進國家利益，展現中國開放合作與和諧包容的價值。¹⁹ 中國高鐵在公共外交中，透過國家營銷、傳媒宣傳、旅遊外交等方式施加其影響力，以此成為當今中國公共外交領域的新寵兒。

在「國家營銷」方面，中國政府對高鐵的支持力度與宣傳，將是為中國高鐵走出去有著深厚的影響，國家營銷將是推動中國高鐵外交重要的手段之一。國家營銷由於是由國家進行推動，因此公信力方面比起企業更為強大，伴隨著國家發展經驗、價值觀的國際宣揚，因此在宣傳力度上相當大。國家行銷主要又可分為兩個方面：「領導人行銷」與「國際活動」，中國國務院總理李克強被稱為「中國高鐵超級銷售員」，近年他在對外出訪或在國內接待貴賓來訪都積極宣傳中國高鐵，促使中國高鐵走出去，由於領導人行銷行銷，讓中國高鐵獲得不少國際訂單，為中國高鐵外交增添不少風采。中國經常使用「國際活動」宣傳中國高鐵，藉由高人氣的國際活動，以吸引國外民眾與媒體的關注，對於中國高鐵對外宣傳能夠擁有好的效果。

在「傳媒宣傳」方面，中國政府不僅運用海內外媒體管道替中國高鐵展開宣傳攻勢，更加使用多元傳媒宣傳手法來替中國高鐵走出去鋪路，紀錄片的拍攝去真實記錄中國高鐵的快速發展的變化與成果，並配有多種語言字幕，讓國內外民眾認識與瞭解，並對中國國家形象產生改變，獲得對中國模式的認同。另外，影視節目亦成為對中國高鐵宣傳重要的管道，由於中國影視節目的創新發展，日益受到海外觀眾的喜愛，透過電視劇、綜藝節目較容易貼近民眾的生活，以生活化、娛樂為主的方式，間接地去行銷、宣傳中國高鐵的優點，更能讓外國民眾予以接

¹⁹ 楊福昌，「公共外交推動『一帶一路』發展」，孫治國主編，**一帶一路公共外交報告 2016**（北京：海洋出版社，2016年），頁 16-17。

受。廣告冠名宣傳是中國高鐵的一個特色，它不僅僅只是企業在高鐵的廣告投放，更是將列車直接冠上公司的名稱，利用「企業+高鐵」的模式創造出宣傳效果，不僅僅是幫助企業提高知名度，更幫助高鐵獲得更多曝光度與知名度。最後，利用外國民眾來替中國高鐵宣傳，藉由在中國留學、工作、旅遊的外國民眾對中國高鐵的親身體驗經驗做宣傳，這對於中國高鐵在公共外交中促使的效果能夠更加強烈與有感。

在「旅遊外交」方面，隨著中國經濟日益發展，對於旅遊外交重視程度也逐漸加深，高鐵不僅能夠促使中國旅遊外交地位逐漸提升，在旅遊觀光上也發揮重要影響力。中國高鐵的發展對於中國旅遊觀光具有重要的提升與改革任務，讓中國旅遊觀光市場能夠進行成長，並且由於「高鐵+旅遊」模式的推展，對於國外觀光客具備龐大的吸引力，能夠以此讓更多人前往中國旅遊，讓中國故事可以被更多人看見與聽見。中國高鐵能夠幫助中國旅遊外交升級提升，因而促使公共外交的發展更為多元與有成效，對於宣傳中國高鐵的優勢，以及改善中國的國家形象具備舉足輕重的地位。

中國高鐵在現今中國的公共外交政策中扮演起重要的角色，它不僅是傳遞中國文化的重要載體，亦是將改革開放後，中國模式發展下的產物，因此對於中國模式的展現與宣傳與有相當重要的功能。最後，高鐵的誕生更能夠去幫助中國執政合法性的塑造，對內方面，可以展現中國共產黨一黨專政下的成功發展，讓中國人民對其認同與追隨；對外方面，消弭對中國威脅論的聲浪，讓外國民眾清楚理解中國的發展對於世界並非威脅，而是擁有能夠帶動世界一同發展的作用，以增進中國的國際地位。

第五章 中國高鐵外交的機遇與挑戰

第一節 中國高鐵外交的機遇

根據經濟合作與發展組織（OECD）預測，預計到 2020 年全球基礎設施建設規模將高達 12.7 萬億美元，而到 2030 年全球基礎設施建設規模將以年均 4.9% 的速度增長，2030 年規模將達 53 萬億美元，相當於全球 GDP 的 2.5%。²⁰ 未來全球對於基礎設施建設的需求相當龐大，而高鐵的需求也因此日益增多，根據世界鐵路聯盟（UIC）的報告顯示，世界各國高鐵長期規劃里程將達 5.08 萬公里，而亞洲、歐洲高鐵長期規劃里程分別達 1.51 萬公里和 1.16 萬公里，占全球高鐵長期總規劃里程的 44% 與 33%，因此亞洲和歐洲將是未來高鐵的主要增量市場；另外，北美洲與非洲高鐵未來規劃里程也分別達 2619 公里和 2870 公里，²¹ 儘管相對於亞洲、歐洲市場規模小，但市場發展潛力仍不容忽視。

世界高鐵的是市場規模相當龐大，無疑對於中國高鐵外交創造龐大的空間，而中國高鐵外交需要憑藉著自身的優勢去獲取訂單，以讓中國高鐵能夠在世界暢銷，獲得更多國家民眾的認同與肯定。近年，中國高鐵外交陸續得到捷報，印尼、泰國、匈牙利—塞爾維亞等地的建設皆已開工，這對於中國高鐵走向世界的自信提升不少，中國高鐵將憑藉著自身優勢在日益增長的高鐵市場爭取不少海外建設的訂單。

一、頂層設計

頂層設計是中國高鐵能夠成功發展的關鍵，亦是中國高鐵外交能夠開展順利的核心因素。由於中國獨特的政治體制，由國家進行統籌的方式較其他國家容易進行，這也成為中國高鐵外交的重大優勢，由國家以高層次、宏觀角度進行策略

²⁰ OECD, *Strategic Transport Infrastructure Needs to 2030* (Paris: OECD, 2011), pp.4-12.

²¹ UIC, *High Speed Lines in the World* (Paris: UIC, 2017), pp.1-21.

規劃設計，並且透過國家來協助跨部門的整合平臺，建立起高規格的決策形式，以此協助中國高鐵走出去。

當初高鐵技術的引進，便是因為有頂層設計，由當時的中國鐵道部與川崎重工、阿爾斯通、龐巴迪、西門子等高鐵公司進行談判，要求轉讓核心技術、必須使用中國品牌，而非由中國相關的高鐵公司自行談判，以防止後續外國企業的牽制，這才讓中國高鐵能夠自主創新，並成功發展至今。²² 現今中國高鐵外交亦是由中國政府的頂層設計架構下運作，從國家「統籌考慮國際、國內兩個大局，綜合運用國際、國內兩種資源」的戰略高度規劃，²³ 協調外交部、商務部、交通運輸部、中國鐵路總公司、中車集團、相關高鐵建設公司等部門與企業，以跨領域整合溝通應對各種狀況，順利幫助中國高鐵走出去。

另外，由於「一帶一路」國家大戰略以交通基礎設施的互聯互通為基礎，將為中國對外開高外交提供相當有利的舞臺，再加上絲路基金與亞投行的成立，解決高鐵路建設需要龐大融資貸款的問題，並為一帶一路沿線各國共同發展基礎設施奠定良好的開局，使中國高鐵路走出去更有競爭力與優勢。

二、綜合技術能力

根據國際鐵路聯盟（UIC）的統計，截至 2017 年 4 月全世界高鐵路營運里程最長的十個國家分別是：中國、日本、西班牙、法國、德國、義大利、土耳其、南韓、美國、台灣（如圖二）。²⁴ 由此可見中國高鐵路在世界高鐵路營運里程的國家中擁有遙遙領先的地位，並且仍在建設中的線路規模也是最大，擁有列車最多、營運最繁忙的國家。根據中國鐵路總公司表示，自 2008 年京津高鐵路開通至 2017 年 9 月 30 日為止，中國高鐵路動車組累計發送乘客突破 70 億人次，乘客發送量年

²² 王雄，**中國速度：中國高速鐵路發展紀實**（北京：外文出版社，2016），頁 115-118。

²³ 徐飛，「中國高鐵路『走出去』的十大挑戰與戰略對策」，**人民論壇·學術前沿**，第 14 期（2016 年），頁 70-72。

²⁴ UIC, *High Speed Lines in the World* (Paris: UIC, 2017), pp.1-21.

均增長 35% 以上。²⁵ 中國不僅僅是高鐵里程最長的國家，亦是高鐵路安全運輸規模最大的國家，由此顯現中國高鐵路技術是世界有目共睹的，已經擁有相當高的綜合技術能力。



圖二 世界高鐵路營運里程數前十名

資料來源：筆者整理自 UIC, *High Speed Lines in the World* (Paris: UIC, 2017), pp.1-21。

由於將國外技術的引進、消化、吸收，再藉由自主創新發展，短短數十年中國高鐵路技術呈現跨越式發展。中國高鐵路已經實現高速列車自主設計、製造、調適的完整供應鏈，在線路工程上、列車控制系統、牽引供電等方面都已經達世界領先程度。在工程建設方面，為了適應中國幅員遼闊而多元化的氣候地形，中國高鐵路在路基、橋梁、隧道、客站等領域憑藉自主創新發展，打破氣候地形的限制，創造出適合多元化地形氣候的高鐵路，像是高原、熱帶、高山都已不再是問題。²⁶ 2017 年新一代動車組列車「復興號」投入營運，營運時速達 350 公里，成為全球營運時速最快的高鐵路，而中國高鐵路 1000 多項發明專利構成了優良的技術體系，促使中國高鐵路擁有龐大的技術能力優勢。²⁷

²⁵ 「中國高鐵路累計發送旅客突破 70 億人次」，中國新聞網，2017 年 10 月 23 日，<<http://www.chinanews.com/gn/2017/10-23/8358500.shtml>>（檢閱日期：2018 年 4 月 3 日）。

²⁶ 董岩，「一帶一路」中國高鐵路品牌戰略研究（大連：大連理工大學出版社，2017），頁 38-39。

²⁷ 「中國高鐵路將有新面孔：時速 400 公里以上的智能高鐵路將要駛來」，新華社，2018 年 2 月 26 日，<http://www.xinhuanet.com/2018-02/26/c_1122456930.htm>（檢閱日期：2018 年 4 月 3 日）。

三、建設成本

根據世界銀行的研究報告表示，中國高鐵在建設成本上擁有極大的優勢，時速 350 公里的高鐵為每公里 1.29 億元人民幣；時速 250 公里的為每公里 0.87 億元人民幣，而在國際上平均每公里高鐵建設成本為 3 億元人民幣以上。中國的高鐵建設成本大約為其他國家的三分之二，票價更僅為其他國家的四分之一至五分之一。²⁸ 由於高鐵是一項大型交通基礎建設，屬於建設成本昂貴、資金回收慢的特點，因此對於多數國家來說負擔相當龐大，建設成本的考量將會是該國引進高鐵的重大因素。

中國高鐵比起日本、德國、法國等傳統高鐵大國性價比相當高，這些傳統高鐵大國由於牽涉到許多企業，再加上是以企業為主導，與中國以政府主導不同，它們追求的是高商業利潤，因此成本高出許多。在建設工期和質量上，中國高鐵透過創新施工動態管理模式，以工廠化、機械化作為後盾，進行施工專案，能夠大大提升高鐵建設效率，有效縮短建設工期，以及確保質量穩定，藉以節省相關成本，達到中國高鐵的優勢地位。

四、融資貸款

隨著中國的快速發展，中國的外匯存底日益增加，截至 2018 年 2 月，中國外匯存底高達 3.1 萬億美元，位居世界第一。²⁹ 對於中國來說高外匯存底伴隨著國內通膨上漲、擾亂經濟穩定的壓力，為了此番紓解壓力，而將剩餘的資本、產能向外輸出，而成立亞投行、絲路基金就是很好的創舉，能夠對一帶一路倡議提供資金需求的服務。中國高鐵外交要能夠順利施展，中國提供的資金融資貸款必

日)。

²⁸ 歐傑、宋迪、周楠燕，**中國高速鐵路：建設成本分析**（北京：世界銀行駐華代表處，2014 年），頁 1-8。

²⁹ 「國際儲備與外幣流動性資料範本」，**中國國家外匯管理局**，2018 年 2 月 28 日，
<<http://www.safe.gov.cn>>（檢閱日期：2018 年 4 月 3 日）。

不可少，中國龐大的資金給予優惠的融資貸款，將成為中國高鐵的競爭優勢。

印尼的雅萬高鐵，中國能夠勝出的關鍵便是融資貸款的部分，中國方案：中國提供 55 億美元的全額貸款，貸款期限為 50 年，利率為 2%，並且不需要印尼政府擔保；日本方案：評估該專案成本為 45 億美元，可提供 40 年期貸款，貸款利率為 0.1%，日對專案經費的 75% 提供貸款，需要印尼政府對此進行擔保，同時需要印尼使用國家預算負擔部分費用。³⁰ 中國在資金方面相當充足，又有亞投行與絲路基金做後盾，使其能夠提出優惠的融資貸款條件，將會是中國高鐵外交順利開展的關鍵之一。

第二節 中國高鐵外交的困境與挑戰

高鐵不僅僅是單純的交通基礎建設，它屬於一種戰略性交通工具，將涉及政治、外交、國家安全、經濟等多方面高敏感領域，尤其是當面對中國的崛起，更是讓相關國家對中國高鐵更加謹慎小心。近年，中國高鐵雖然在國際上受到矚目，也斬獲了許多訂單成果，但也受到不少挫折，像是 2014 年底的墨西哥案例，中國確定獲得贏得投標後三天，墨西哥片面中止高鐵項目，並且宣佈墨西哥高鐵無限期延期；³¹ 2016 年美國突然終止和中國鐵路公司合作修建連接洛杉磯和拉斯維加斯高速鐵路的合約。³² 這些案例都表明，中國高鐵在走出去過程中，不可避免地將遇到許多困境與挑戰，這些挑戰勢必對中國高鐵外交會造成不小的衝擊。

一、政治風險

高鐵是一項涉及政治外交、商業金融、國家安全等綜合性的戰略系統與基礎

³⁰ 劉丹，「中日競爭印尼高鐵的焦點及啟示」，**國際融資**，第 11 期（2015 年），頁 37-40。

³¹ 郭篤為，「墨西哥高鐵落馬，中國拉美外交面臨挑戰」，**BBC 中文網**，2015 年 2 月 2 日，http://www.bbc.com/zhongwen/trad/china/2015/02/150202_china_mexico_rail（檢閱日期：2018 年 4 月 3 日）。

³² 「美國突然宣佈終止中國在美首個高鐵項目」，**BBC 中文網**，2016 年 6 月 9 日，http://www.bbc.com/zhongwen/trad/business/2016/06/160609_us_china_highspeedrail（檢閱日期：2018 年 4 月 3 日）。

設施，必須與當地國擁有一定的政治信任基礎時才能實踐。在當前國際環境中，傳統地緣政治思維仍影響著世界，再加上「中國威脅論」的輿論將對中國高鐵外交受到嚴重的制約。早在 2009 年，中國就已經規劃高鐵「走出去」戰略，並針對不同國家設立相關研究小組，但至今仍只有少數成果，政治因素便是重要的影響原因。由於高鐵是一項規模大、耗時長的基礎建設，對當地國可能經歷不同的政治領導人，對於高鐵建設產生不同的態度，這將造就相應的政治風險產生。

（一）國際層面

高鐵外交擁有高層次的地緣戰略思維，主要服務於中國的國家利益，尤其在能源獲取與戰略對沖上將產生一定的效果。對於中國周邊的國家來說，許多國家與中國有許多衝突爭議，像是領土爭端、南海問題等，因此相關國家對中國便產生政治不信任的態度，而對於中國高鐵走出去的敏感度將會更加深刻，擔心受到中國入侵掠奪天然資源，並受到中國的制約。《印度時報》刊文即稱中國高鐵的真正目的是在奪取更多的石油資源，這將會衝擊印度的資源獲取管道，使得印度的國家安全造成嚴重衝擊。³³

對於西方國家來說，由於中國的政治體制與西方政治體制不同，而中國高鐵外交間接就是宣揚中國特色的價值理念、中國模式的成功，這將衝擊現今的國際社會。因此，中國在進入國際市場中會受到西方輿論的阻擾，對於中國高鐵外交的動機與意圖進行質疑，並且可能形成統一陣線對此進行圍堵，這使得中國高鐵走出去受到嚴重的影響。然而，現今中東歐市場的嘗試，將是一個重要的突破口，尤其在 2017 年底匈塞高鐵開始動工，宣示中國高鐵正式進入歐洲市場。

（二）當事國國內層面

中國高鐵要進入相關國家建設將會遇到當事國國內的問題，尤其是一帶一路

³³ Ananth Krishnan, "China wants high-speed rail link to India," *The Hindu*, March 14, 2010, <<http://www.thehindu.com/news/international/China-wants-high-speed-rail-link-to-India/article16566956.ece>> (Review Date: March 3, 2018).

相關國家都是屬於發展中和轉型中國家，長期面臨國家建設的結構性困境，並存在著國家治理能力不足、民族認同歧異、族群宗教對立、政治危機頻繁等問題，這都對於中國高鐵的進入相當不利。例如泰國政局相當不穩固，早在 2013 年就已「大米換高鐵」締約，卻因黃衫軍與紅衫軍的長期動亂，不同政府對高鐵的態度更迭，一直到 2017 年 12 月才協商完畢開始動工。因此，對這些相關國家的政府需要有足夠的政治風險意識管控措施，針對潛在高鐵需求國必須進行全面的政經環境評估與投資分析，並且能夠順利完工營運，這將成為中國高鐵外交能否順利進展的必備條件。

如同前文所述，中國高鐵雖然近年有所斬獲，但仍有失敗的例子，而利比亞的案例就是因為當事國國內政治問題，2011 年獨裁者格達費（Muammar Muhammad Abu Minyar al-Gaddafi）與反對勢力引爆的內戰，後來大國的介入，導致利比亞長期呈現動盪、戰亂的狀態，使得原先與中國簽署的 35.5 億美金的高鐵項目因而取消。³⁴ 由於目前中國高鐵的輸出主要仍以發展中國家為主，這些國家政局的不穩定性將對於中國高鐵外交產生相當大的不確定性，因此中國政府使必要有相關國家的研究人才，在雙方合作之前試圖進行更精確地研究與評估，以降低未來的風險。

二、經濟風險

高鐵走入當地國所衍生的融資、營運與管理問題將是對中國高鐵產生相當大影響，以目前幾件成功的高鐵外交案例來看，都伴隨著龐大的融資貸款服務，因此龐大的建設資金籌備將會成為中國高鐵外交成功的關鍵之一。雖然中國高鐵比起傳統高鐵大國日本、德國、法國等國的建設成本低廉，但由於各國狀態皆不相同，因此產生的額外成本問題也會有所變化，這對中國與當事國政府都將是巨大

³⁴ “After building China’s railways, giant CRCC flexes muscles abroad,” *Reuters*, Dec 9, 2014, <<https://www.reuters.com/article/china-railways/corrected-after-building-chinas-railways-giant-crcc-flexes-muscles-abroad-idUSL6N0TM31S20141209>> (Review Date: May 23, 2018).

的投資。高鐵項目具有建設週期漫長、回收成本和投資費用相當慢，甚至能夠盈利將是一個漫長的時期，再加上目前高鐵建設潛在國而言，多數國內的既有線路普遍存在運輸系統老舊、慢的現象，使得修建高鐵需要另闢新線，將產生更大的成本，因此對於中國高鐵的長期投資穩定性勢必是一項挑戰。

在營運管理方面，跨境高鐵營運不像在國內單純，由於各國的國情不盡相同，牽涉到的人員、資金、貨物的往來，對發展跨境高鐵並無太多經驗的中國來說，可能存在營運經驗不足、管理模式不成熟，或者無法融入當地的狀況出現，營運管理對中國高鐵能夠順利進展是一大挑戰問題。例如由中國鐵建承接的沙烏地阿拉伯麥加輕軌便是走出去慘痛的例子，這是中國第一次使用 EPC+O&M 總承包模式（即設計、採購、施工加運營、維護）建設的鐵路專案。對於營運管理經驗不足的中國，產生許多管理問題，這項建設最後讓中國產生約 41 億人民幣的虧損。³⁵ 由於各國國情不同，在管理營運方面有各自的主張，若中國沒有與當事國有更全面溝通協商達成一致的話，將對中國高鐵在海外的營運管理方面造成嚴重衝擊與挑戰。

中國高鐵失敗的案例中，委內瑞拉就是因為開工後，政府財政出現問題，造成資金短缺，導致後來高鐵項目荒廢。委內瑞拉前總統查維茲（Hugo Rafael Chávez Frías）任內與中國的關係相當良好，由於相近的意識形態，再加上擁有豐富的石油資源，以此獲取中國許多融資貸款與工程建設的支持。中國高鐵的引進更是受到南美洲國家的矚目，這將是南美洲第一項高鐵建設，然而現今卻呈現破敗、荒涼的局面，許多建設早已荒廢。2015 年 1 月中鐵公司最後一位管理階層人員離開後，正式表明委內瑞拉的高鐵項目已經荒廢失敗，而相關的建設、工舍都遭到當地人士洗劫一空。³⁶ 查維茲任內，委內瑞拉開啟許多大型基礎建設項目，

³⁵ 「中鐵建鐵羽沙特麥加輕軌工程啟示」，**走出去智庫**，2014 年 3 月 14 日，
<<http://www.cggthinktank.com/2014-03-14/100071557.html>>（檢閱日期：2018 年 4 月 4 日）。

³⁶ “Chinese bullet train in Venezuela stalls as alliance derails,” *Associated Newspapers*, May 14, 2016,
<<http://www.dailymail.co.uk/wires/ap/article-3590107/Chinese-bullet-train-Venezuela-stalls-alliance-derails.html>> (Review Date: May 23, 2018).

而中國提供大量的金援貸款，以及獲取許多建設項目，高鐵便是重點項目之一，然而這些基礎建設項目主要是建立在政治考量上，委內瑞拉並未有足夠的資金支持。2013 年 6 月委內瑞拉國家鐵路局負責人接受媒體訪問時表示，委內瑞拉無法支付償還 4 億美元的款項，而工會領袖也表示，由於國內經濟進一步的失控，導致委內瑞拉陷入財政危機，因此拖欠工人薪資，使得高鐵建設工人大罷工，對政府建設高鐵表達強烈不滿，尤其是反對勢力更以「紅色大象」(red elephants) 來形容這些殘破不堪，以政治考量為出發的基礎建設。³⁷

由委內瑞拉的例子可以理解到，高鐵建設由於是高資金的基礎建設，若沒有龐大的財政支持就容易陷入困境，再加上委內瑞拉的經濟相關政策的問題，導致整個國家財政面臨崩潰。最後，中國高鐵在委內瑞拉的海外項目因此中斷，損失一筆 75 億美金的訂單。中國政府應當針對該國政府經濟、財政做有效的通盤考量，而並非一味的貸款補貼，經濟風險的襲捲將會對中國高鐵的海外項目造成相當大的衝擊。

三、安全問題

安全問題必然是各國興建高鐵的重要考慮因素，而中國高鐵在 2011 年甬溫動車追撞事件便是無法避免的質疑。該事件暴露了中國高鐵的建設瑕疵、信號工程缺陷、人員管理問題等問題，都將影響中國高鐵的形象，安全問題將一再受到質疑。2017 年 6 月由中國中鐵股份有限公司在肯亞建設造價約 1200 萬美金的西格裡大橋 (Sigiri Bridge) 在尚未完工前就斷裂，此事件受到國際矚目，亦讓中國的工程蒙上一片陰影，對於中國建設的安全性問題受到強烈的質疑。³⁸ 中國建設的安全品質在國際上一再出現問題，這次事件亦是中國高鐵最主要的負責企業中

³⁷ “Chinese lending and the Venezuelan crisis,” *Borderless Movement*, March, 2017, <<https://borderless-hk.com/2018/03/14/chinese-lending-and-the-venezuelan-crisis/>> (Review Date: May 23, 2018).

³⁸ Briana Duggan, “How did a \$12 million bridge collapse in Kenya,” *CNN*, July 4, 2017, <<https://edition.cnn.com/2017/07/03/africa/kenya-bridge-collapse/index.html>> (Review Date: March 4, 2018).

車集團，更讓中國高鐵在海外建設的安全問題受到挑戰。

非傳統安全問題亦是中國高鐵在海外將面臨的重大困境，特別是「恐怖主義」的威脅對於中國高鐵走出去必須防範的重要挑戰，由於一帶一路下的高鐵外交將打造「中亞與泛亞高鐵」，這將穿越全球恐怖主義猖獗的中東與湄公河流域等地區。另外，隨著高鐵加速成網，更為便捷的交通可能會使販毒、人口走私、偷渡等跨境犯罪問題深化，將造成更複雜的跨國犯罪治理問題。³⁹ 因此中國勢必要與國際合作針對非傳統安全問題的防範進一步加強，以保障中國高鐵外交能夠順利的開展，並且保障其運行的安全。

四、技術標準

中國高鐵的跨越式發展中，「智慧財產權問題」一直受到是世界的質疑，中國作為高速鐵路技術的「後起者」，不免需要在傳統的高鐵大國的技術上吸收。2004年中國以「市場換技術」引進日本、法國、加拿大、德國等高鐵技術，經過幾年消化、吸收、自主創新的過程，並且在高鐵許多技術上已經有成功的創舉，但仍受到許多侵權告訴與質疑。中國高鐵面對這樣的挑戰與質疑，勢必要不斷開發技術性更優異、更受到認可的新技術、新產品，同時要加強國際項目合作，以推廣中國高鐵的新技術展示給世界看。2017年誕生的「復興號」便是中國向世界宣示中國高鐵技術自主創新的一個證明，復興號是目前世界營運時速最快的高鐵（時速約350公里），宣稱已掌握高鐵核心關鍵技術，當中全部都是自主研發技術，擁有完全自主的智慧財產權。⁴⁰

21世紀是智慧財產權的世紀、標準與品牌的世紀，掌握智慧財產權、標準、品牌，就能夠在市場上站穩主導的地位。高鐵標準的推廣是中國高鐵要全面走出

³⁹ 徐飛，**縱橫「一帶一路」：中國高鐵全球戰略**（上海：格致出版社、人民出版社，2017），頁177-178。

⁴⁰ 「從『和諧號』到『復興號』，中國高鐵強在哪兒」，**新華社**，2017年6月26日，
<http://big5.xinhuanet.com/gate/big5/www.xinhuanet.com/politics/2017-06/26/c_1121214835.htm>
（檢閱日期：2018年4月4日）。

去重要的任務，由於現今擁有高鐵的主要國家多屬於歐美國家，它們在高鐵產業體系和標準技術上較為成熟發展，並且長期壟斷世界的高鐵市場。中國身為「後起之輩」，想要踏入世界高鐵市場將受到歐美標準的制約，因此推動「中國標準」成為國際公認標準的過程，就是中國高鐵品牌輸出過程，也就是把中國已經形成巨大產能的高鐵產品和技術輸出去的過程。⁴¹ 中國高鐵的技術已然成熟，中國標準的推動也逐漸進行中，印尼的雅萬高鐵便是中國推動「中國高鐵標準」的第一站，中國勢必要藉由印尼雅萬高鐵的建設成功，讓世界認同中國高鐵標準的存在必要性。

五、人才培育

中國高鐵外交要順利進行，「人才培育」扮演著整個策略的重要推力，高鐵走出去不僅需要高鐵建設、土木建設、電機等方面的技術性人才，亦需要商務、財務、法務相關的人才，並且還需要國際貿易、海外項目管理的複合型人才。中國必須培養精通當地語言、理解當地國情、文化、法律、宗教等高端國際人才，以幫助中國高鐵能夠順利走進去該國。⁴² 因此，培養理解當地國的相關複合型人才是中國現今積極要做的事情，在一帶一路的倡議下，許多專門研究國家的學科、研究院與相關研究單位都相繼成立，顯現人才培育是刻不容緩的，必須盡速進行，已進入中國高鐵相關企業服務，滿足未來中國高鐵大規模走向海外的需求。

培養當地國高鐵相關技術人才亦是重要的項目之一，由於多數高鐵潛在需求國家並未有相關人才培養，這將會導致後續營運管理混亂，可能使高鐵處於崩潰的局面，因此為當地培養相關人才是中國高鐵外交的重要內涵之一。高鐵教育的培養相當重要，可以透過招募當地國學生、官員前來中國留學培訓，或者幫助當地國建設相關高鐵研究院，派駐相關人才導師協助人才培育。中國高鐵外交不僅

⁴¹ 徐飛，**縱橫「一帶一路」：中國高鐵全球戰略**（上海：格致出版社、人民出版社，2017），頁159-160。

⁴² 徐飛，「中國高鐵『走出去』的十大挑戰與戰略對策」，**人民論壇·學術前沿**，第14期（2016年），頁72-73。

僅是輸出高鐵產品、技術，更輸出培養相關技術人才的服務，這將能為中國高鐵塑造更良好的形象，以建立更堅實的中國高鐵品牌。

第三節 中國高鐵外交的勁敵：日本

作為高鐵後起之輩的中國，憑藉著引進、消化、吸收與自主創新的「跨越式發展」過程，已經成為高鐵大國。由於高鐵是一項具備高戰略價值的交通基礎建設，中國高鐵外交的開展引起日本、法國、德國、加拿大等傳統高鐵大國的高度關注，尤其對於日本來說，中國高鐵外交在亞洲的開展對於日本未來的發展與國家利益將會造成相當大的威脅。面對中國高鐵外交的積極運作，甚少投入海外市場的日本高鐵也開始積極競爭，安倍晉三的「新幹線外交」無疑是對中國高鐵外交進行直接的挑戰，中日兩國不僅僅是單純的高鐵競爭，更是地緣政治的競賽，更是亞洲霸主的競爭，因此雙方勢必投入大量資源以獲取最大勝利。日本學者鈴木基義就曾說過：「面對中國高鐵在東南亞的競逐，日本即使零元中標，也能想辦法通過日後的車輛更新及維修服務收回成本。」⁴³

亞洲是新幹線對外輸出的主要地區，尤其以東南亞最為重要，東南亞自從二戰後為日本經營最深刻的地方，透過官方發展援助（Official Development Assistance, ODA）的方式拉攏東南亞國家對日本的支持，在 2016 年版的日本 ODA 官方白皮書更表示，將透過 ODA 的方式向東南亞國家提供巡邏船、幫助提高海上警備能力外，以及提供「高質量基礎設施建設」來平衡中國近年在東南亞的勢力。⁴⁴ 由此可見，中日兩國高鐵輸出的重心都以亞洲為主，兩國的高鐵外交勢必在亞洲的競爭將會十分激烈。

⁴³ 「日本專家：0 元也要拿下東盟高鐵訂單」，*日本經濟新聞中文版*，2014 年 9 月 17 日，<<https://zh.cn.nikkei.com/politics/economy/economic-policy/11033-20140917.html>>（檢閱日期：2018 年 4 月 4 日）。

⁴⁴ 日本外務省，*日本の國際協力：2016 年版開發協力白書*（東京：日本外務省，2017 年），頁 121-126。

一、日本高鐵的優勢

日本高鐵是全球最早開通高鐵的國家，東海道新幹線（東京至大阪）是世界上第一條高鐵，為了因應 1964 年第 18 屆東京奧運會開幕而提前開通營運，新幹線不僅成為日本經濟起飛的砥柱，亦開啟世界各國對高鐵的重視與建設。1970 年日本大阪世博會期間，有超過 100 萬人次利用高時速、安全性高、誤點率低、環保舒適的東海道新幹線參與活動，日本國內認為新幹線是日本民族騰飛的一大標誌，對此充滿自豪感。⁴⁵ 日本新幹線在營運歷史、項目管理、後勤維護、安全性、技術創新等方面具備堅強的實力，在世界高鐵中擁有傳統的優勢地位。

2012 年安倍晉三執政後，提出一系列振興日本經濟增長的方案，由於新幹線是日本的驕傲，必然也成為日本向海外輸出的重點，使其成為振興日本經濟增長的主要動力。對於新幹線的對外輸出，日本政府主要以制定相關政策、搭建與對象國交流協商平臺、成立政府與企業間的資訊資源共用交流平臺，以及提供超低利息的貸款等。⁴⁶ 日本將以新幹線長期以來成熟的經營方式作為吸引力，利用日本長期的 ODA 政策作為依附，並將政府與民間組織之間共同合作以達到最強的競爭優勢來獲取海外高鐵項目的相關訂單。

（一）安全性

日本新幹線擁有超過 50 年以上的營運經驗，已然成為成熟的高鐵體系，使其安全性成為日本高鐵的優勢特色，至今仍未發生過一起引起旅客死亡的意外事故，因此被認為是世界最安全的高鐵。日本先幹線為了確保列車行駛的安全性，新幹線採用了自動列車制動裝置（Automatic Train Control）。這種裝置不僅可以即時檢測到速度限制值，還能自動剎車限速，這將大大改變依賴駕駛員技術水準的情況。此外，新幹線為了考量夜間行車的安全因素，夜晚將不運輸旅客，而以

⁴⁵ 岡田宏、龔深弟，「日本的新幹線和社會經濟效益」，**中國鐵路**，第 10 期（1998 年），頁 28-35。

⁴⁶ 丁夢，「從高鐵外交審視中日兩國在東南亞的競爭」，**學術探索**，第 10 期（2017 年），頁 46-51。

對車輛的檢查與維護為主，所以「新幹線不開夜車」已成為業界常識，並形成一股獨特的文化。⁴⁷

高鐵的建設最大的考量之一便是安全性問題，一國政府如何說服百姓支持建設高鐵，安全考量會是重大影響因素。安全性儼然成為日本新幹線對外輸出時最引以為傲的優勢，這也是中國高鐵最被引人詬病的地方，由於 2011 年「甬溫動車組追撞事故」讓中國高鐵蒙上一層陰影。然而安全性不僅僅是由於高鐵技術與營運模式的成熟，緊急事故處理效率、相關旅客的應急自救素質、醫療程度較高等等都影響著高鐵的安全性，這也將對日本高鐵輸出以「安全性」為賣點的重大考驗，如何結合相關的經驗、配套措施的輸出以達到最佳的安全性，都是日本高鐵輸出需要重視的地方。

（二）龐大的官方發展援助

二戰後，日本對亞洲提供龐大的官方發展援助（ODA）成為日本高鐵外交的重大優勢，長期以來 ODA 成為日本政府重要的外交手段，尤其在東南亞更是重點區域。日本透過 ODA 在東南亞的經營，幫助日本企業能夠在這些國家深耕發展，創造出龐大就業機會與市場，能夠積極拉攏相關國家的關係，並透過低貸款利率吸引這些潛在高鐵需求國願意接受日本高鐵的方案。因此東南亞地區成為日本高鐵輸出主要的地方，這與中國的高鐵外交首要地方正好重疊，因此中日之間的高鐵角逐將會相當激烈。

日本 ODA 是日本在東南亞推銷新幹線高鐵的有力競爭工具，由於高鐵是資金回收週期長、收益慢的大型交通基礎設施，對於普遍屬於發展中國家的東南亞國家是巨大的吸引力。對於中國高鐵來說，這儼然成為一股巨大的挑戰，日本普遍提出不超過 1% 的低貸款利率與中國進行競爭，並且希望加大在亞洲開發銀行

⁴⁷ 林上，「日本高速鐵路建設及其社會經濟影響」，**城市與區域規劃研究**，第 3 期（2011 年），頁 132-156。

的在基礎建設的作用來面對中國的亞投行與絲路基金。⁴⁸

(三) 政府組織與民間組織共同合作

日本是最早透過系統集成的方式發展高鐵的國家，主要以川崎重工、日立製作所、三菱電機、近畿車輛製造、東畿車輛製造、日本綜合研究院、日本鐵路與車輛進出口協會、國際高速鐵道協會等，⁴⁹ 日本以「政府與企業」共同合作的發展方式為日本高鐵的發展奠定良好的基礎，也為日本高鐵的海外輸出擁有龐大的競爭優勢。日本 JR 東日本、東海、西日本與九州四大鐵路公司為了因應日本新幹線輸出，成立了「國際高速鐵道協會」，並結合川崎重工、日立製作所等企業協力計畫將新幹線輸出至海外，政府與企業的分工合作使得日本新幹線的輸出擁有加分的效果。

日本以「政商合一」的方式進行海外佈局，企業以獨立法人身分，負責海外高鐵項目的競標與具體實施；日本政府則透過雙邊或多邊外交，利用政策制定、簽訂協議等手段為日本高鐵輸出建立良好的環境。⁵⁰ 日本相當重視當地國社會與人民的關係，透過非政府組織與民間力量至當地經營合作共贏的夥伴關係，以獲得當地民眾的信任與支持。「日本貿易振興機構」(JETRO) 與「日本商會」等官方和民間組織扮演著相當重要的角色，日本政府還透過設立文化機構，為日本軌道交通裝備出口架橋鋪路。⁵¹ 日本透過「民心相通」的公共外交方式，以長期在當地國的經營，讓當地民眾理解日本政策，以及信任日本政府。公共外交能夠有效的幫助日本高鐵走進當地國，獲得當地人民的青睞，這對於中國的高鐵外交將會是相當嚴重的衝擊，這將是中國政府勢必加強的政策。

⁴⁸ 李毅、李夢生，「日本在中國高鐵海外輸出進程中的影響」，**東北亞論壇**，第 5 期（2016 年），頁 17-24。

⁴⁹ 高津利次、甘霖，「日本高鐵的歷史與未來」，**國際城市規劃**，第 6 期（2011 年），頁 6-15。

⁵⁰ 翁鳴，「中日海外投資差異分析和對策建議——以高鐵和農業投資為例」，**國際經濟合作**，第 10 期（2015 年），頁 26-29。

⁵¹ 徐飛，**縱橫「一帶一路」：中國高鐵全球戰略**（上海：格致出版社、人民出版社，2017），頁 225-226。

二、中日高鐵在東南亞、印度的競逐

由於東南亞的地理位置、經濟地位對中日兩國擁有不同凡響的地位，兩國長期在此地區的地緣政治競奪更是白熱化，雙方都相當重視該地區事務。近年，由於東協的發展與經濟的進步，使得東南亞國家在國際話語權上越來越有地位。中國和日本一方面透過「東協 10+3」的機制下進行合作；另一方面則增強自身對東協國家的影響力，逐漸形成中國、日本、東協的「三角關係」。東南亞的基礎建設市場成為中國與日本兩國競爭的重要賽場，高鐵屬於高品質、高技術的產品系統，一方面對於日益發展的東南亞國家來說相當有吸引力；另一方面高鐵更是展現中日兩國國家實力、國際戰略規劃的展現，雙方將高鐵的競逐視為國家外交重點項目。

印度作為南亞的區域大國、金磚五國會員國，經濟的日益發展使印度的國際地位越來越高，而印度的地理位置擁有重要的地緣戰略。然而，印度的國內交通是制約印度繼續向前發展的重要因素，印度想透過高鐵的建設改變國內交通混亂的劣勢。2014 年總理莫迪（Narendra Damodardas Modi）上任後，提出印度鐵路升級計畫，其中以建設長達 5847 公里的「鑽石四邊形」高鐵網為目標，將以印度四個重要的城市為端點連結，分別是加爾各答、孟買、欽奈、新德里這四大城市。⁵² 印度不僅是中國一帶一路戰略中重要的節點國家，亦是日本在政治、經濟上傳統的合作夥伴，促使中日的高鐵外交在印度也展開激烈的爭奪。

截至 2017 年底為止，中日兩國在東南亞、印度參與的高鐵項目上都各有斬獲（如表四），中國獲得印尼雅萬高鐵、中寮鐵路、中泰鐵路（曼谷—呵叻）的訂單；日本獲得泰國高鐵（曼谷—清邁）、印度高鐵（孟買—艾哈默德巴德）、越南政府的青睞。由此可見雙方在此區域競爭相當激烈，此區域不僅是兩國積極要

⁵² Avishek Dastidar, "Diamond quadrilateral of high-speed trains," *The Indian Express*, June 10, 2014, <<http://indianexpress.com/article/india/india-others/diamond-quadrilateral-of-high-speed-trains/>> (Review Date: March 6, 2018).

拉攏維繫關係的地區，更是藉由高鐵的輸出展現東亞霸主的地位之爭。

表四 中日兩國在東南亞、印度高鐵路競逐項目表

國家	項目	項目實施方	建設資金	融資貸款	其他
印尼	雅萬高鐵路（雅加達—萬隆），全長 142.3 公里	中、印尼合資公司	約 51.35 億美金	中國提供 45 億元美金貸款	
寮國	中寮鐵路寮國段（磨丁—萬象），全長 414 公里	中鐵二局 中鐵五局 中鐵八局 中鐵國際 中國水電 中國電建	約 60 億美金（中國負擔 70%；寮國負擔 30%）	中國提供 4.8 億美金貸款	
泰國	中泰鐵路第一期工程（曼谷—呵叻），全長 252.3 公里	中國鐵建	約 52 億美金	泰國自行負責	
	泰國高鐵路（曼谷—清邁），全長 660 公里	日本企業聯合體	約 130 多億美金	日本提供低息貸款，預計利率不超過 1.5%。	研議中，造價太高泰國傾向降速
越南	擬建越南高鐵路（河內—胡志明市），全長約 1,570 公里	引進新幹線技術	約 558.5 億美金	日本提供低息貸款，預計利率不超過 1.5%。	2015 年該計畫遭越南國會否決
新加坡、馬來西亞	新馬高鐵路（新加坡—吉隆坡），全長 327.7 公里	中日競標中			2018 年 6 月 29 日為投標截止日
印度	印度高鐵路（孟買—艾哈默德巴德），全長 505 公里	日本企業聯合體	約 190 億美金	日本提供超過 80% 的低利率貸款，利率 0.1%	

資料來源：筆者整理自楊文斐，「中日高速鐵路輸出在亞歐大陸的競爭研究」，*外交學院碩士論文*（2016 年），頁 24-28；James Kynge & Michael Peel & Ben Bland, “China’s railway diplomacy hits the buffers.” *Financial Times*, July 17, 2017, <<https://www.ft.com/content/9a4aab54-624d-11e7-8814-0ac7eb84e5f1>> (Review Date: December 12, 2017); Michelle Ker, *China’s High-Speed Rail Diplomacy* (Washington: U.S.-China Economic and Security Review Commission, 2017), pp.19-22。

中日兩國在此區域的高鐵爭奪的特點，即政治因素遠遠大於經濟因素。雖然東南亞、印度擁有龐大的潛在高鐵市場，許多國家也積極想建設高鐵，但從中日之間爭奪的案例明顯發現，雙方都利用高額、低利率的貸款吸引這些國家，印度高鐵的競標，日本甚至以「提供超過建設資金八成的低利率貸款，而利率低到 0.1%」，以商業層面來看，這似乎是賠本的生意，由此顯現經濟因素並不是主要原因。因此，未來中日高鐵之間的競逐若持續利用高額、低利率、低擔保的方式，能否有效，還是會成為壞帳，這都將嚴重影響中日兩國高鐵的發展，甚至是衝擊中日兩國的國家發展，這將促使兩國進入一場惡性競爭的局面，對雙方的國際形象都將有所損害。

第四節 小結

全球高鐵市場潛力日益增高，尤其是許多發展中國家由於基礎建設老舊、匱乏滯礙國家的經濟發展，因此紛紛提出加強基礎建設的計畫，高鐵便是當中重要的一個項目。根據世界鐵路聯盟（UIC）的報告顯示，目前世界各國高鐵長期規劃里程將達 5.08 萬公里，高鐵擁有一個龐大的潛力市場，中國高鐵的起飛正跟上這波熱潮，這無疑是給予中國高鐵外交一個充滿機遇的環境。近年，中國高鐵外交展現出中國高鐵強大的競爭力，以及中國高鐵積極輸出的決心，當前也獲得不少訂單，像是印尼、泰國、匈牙利—塞爾維亞等。

中國將持續依靠自身的優勢，積極輸出海外市場，站穩在世界高鐵市場的地位。本文認為中國高鐵主要的優勢體現在四個方面：頂層設計、綜合技術能力、建設成本、融資貸款。頂層設計方面，由於中國特色的國家體制，使得國家能夠將「高鐵走出去」以高層級方式運作，透過國家進行各政府部門、各高鐵相關的企業進行整合統籌，使得中國高鐵相關方能夠有效合作、提高競爭力。綜合技術能力方面，中國是目前世界營運里程最長的國家，運送旅客人數也相當龐大，擁有適應各種地形、環境的列車組，展現中國高鐵的綜合技術能力。建設成本方面，

中國高鐵的建設成本較低，比起日、德、法等傳統高鐵大國的性價比還要高，透過工廠化、機械化等方式有效縮短工期，以確保質量穩定、節省相關成本等。融資貸款方面，龐大的外匯存底累積給予中國擁有穩定的資金給予高鐵建設國優惠的貸款融資，再加上亞投行、絲路基金的成立，為中國高鐵輸出給予更大的資金服務。

然而，高鐵不僅僅是交通基礎建設，它也是一種戰略性交通工具，將涉及政治、外交、國家安全、經濟等多方面高敏高領域。當面對中國的崛起，對於中國高鐵的輸出更是保持慎重與懷疑，這也使得中國高鐵輸出將面對許多的困境與挑戰。本文認為中國高鐵外交面對的挑戰主要可以從五個方面體現：政治風險、經濟風險、安全問題、技術標準、人才培育。這些困境與挑戰將制約中國高鐵外交的開展，對於中國高鐵擁有一定的威脅性，因此中國必須審慎處理相關風險問題，以確保中國高鐵能夠順利走進相關國家。

中國高鐵外交最重要的競爭對手便是日本新幹線，日本作為世界上第一個發展高鐵的國家，擁有相當成熟穩定的營運經驗，使得日本新幹線成為日本的驕傲。2012年安倍晉三執政後，提出一系列振興日本經濟增長的方案，由於新幹線是日本的驕傲，必然也成為日本向海外輸出的重點，使其成為振興日本經濟增長的主要動力。本文認為日本高鐵具備三個重要的優勢：安全性、龐大的官方發展援助、政府組織與民間組織共同合作。日本將以新幹線熟成的營運方式，使新幹線的安全性擁有相當好的評價做為吸引力，並配合日本長期的 ODA 政策，提供低利息貸款為誘因，最後以「政企共同合作」的方式，將日本新幹線提升至最佳競爭力，以爭取海外高鐵項目訂單。

亞洲是日本新幹線主要的市場，尤其以東南亞最為重要，這無疑與中國高鐵的市場重疊，再加上特殊的地緣政治關係，勢必造就中日高鐵之間的爭奪白熱化。另外，亞洲另一個主要大國印度也是中日高鐵競逐的主要戰場，印度是中日兩國

積極想爭取的夥伴，它擁有的國際影響力不容小覷。當前，中日兩國在這些地區的高鐵訂單各有收穫，彼此的競逐關係相當激烈，因為這不僅僅是高鐵輸出，更是一場地緣政治的角力，攸關中日兩國的國家顏面。然而，這樣的競爭似乎是一場惡性競爭，從案例中可以發現中日兩國皆給予不符合「經濟利益」的優待方式作為附加條件，長期下來這將會影響中日兩國的高鐵輸出，以及兩國的財政問題，將對中日兩國的發展帶來重大的損害。



第陸章 結論

第一節 研究發現

本文試圖針對中國高鐵的發展、輸出，甚至成為一種外交戰略做詳細的分析與整理，主要以「公共外交」作為主要研究途徑，以此去分析與理解近年中國「高鐵外交」的發展與實踐，中國的高鐵外交不僅僅針對地緣政治的考量，在公共外交方面亦發揮著獨特的作用。本文試圖要回答的問題有三個：第一是試圖理解中國的「高鐵外交」與「公共外交」擁有什麼特點；第二是進一步理解中國高鐵外交與公共外交之間的關係，「高鐵」在中國公共外交中扮演何種角色，它將如何影響中國的對外關係；最後是中國「高鐵外交」擁有何種優勢，幫助其順利走出去，以及在走出去的過程中會碰到怎樣的困境與挑戰。

第二章透過對中國高鐵的發展歷史進行回顧，以此理解中國如何憑藉短短十多年的發展就能躍居「世界高鐵大國」，「跨越式發展」道路的選擇奠定中國高鐵快速發展的路徑。中國高鐵外交地位可以從「走出去」戰略、「一帶一路」戰略倡議中發現，透過這兩者的戰略作為依據，高鐵成為中國外交政策的重要利器，中國高鐵儼然成為當今中國對外關係的門面。本文針對中國高鐵外交的現況進行梳理，能夠幫助讀者清晰認識到目前中國高鐵外交的成果，從中理解到目前中國高鐵海外輸出的佈局。

第三章是從理解公共外交的定義開始，西方與中國對於公共外交擁有不一樣的認識，以此皆示開展公共外交對中國擁有三項重要的意義：改善中國國家形樣、提升中國國際話語權、促進中外文化交流。由於中國對於公共外交的認識可以體現在中國公共外交具有的特點：中國傳統文化元素、中國模式的宣傳、執政合法性的塑造。中國的公共外交展現出獨特風格，更以多元方式實踐，例如乒乓外交、熊貓外交、孔子學院，到現今的高鐵外交等。

第四章是針對中國高鐵在公共外交中的角色進行分析，中國高鐵逐漸扮演起在公共外交重要的角色，積極展現中國軟實力的實施。本文透過國家營銷、傳媒宣傳、旅遊外交三個方面做為出發，以此分析與理解中國如何透過高鐵來展現其公共外交，例如國家領導人李克強對於中國高鐵的宣傳行銷就是一大特色，展示出中國高鐵對外輸出獨特的形式。

最後，第五章針對中國高鐵外交的機遇與挑戰進行評估與分析本文認為中國高鐵主要的優勢體現四個方面：頂層設計、綜合技術能力、建設成本、融資貸款，中國高鐵憑藉這四大優勢使其擁有龐大的競爭力。然而，中國高鐵走出去過程中也將碰到許多困境與挑戰，本文認為有五個方面：政治風險、經濟風險、安全問題、技術標準、人才培養，這些困境與挑戰將會滯礙中國高鐵外交的實踐，因此中國必須審慎應對與解決。中國高鐵外交的一個主要競爭對手便是日本，兩國的核心目標不單單是高铁輸出而已，更是一場地緣政治的競賽，對亞洲霸主之位的爭奪。

一、中國高鐵對當地國不僅帶來發展契機，亦帶來衝突，以印尼為例

目前，中國高铁外交雖有所斬獲，但也遇到不少困境與失敗，而目前第一條全中國標準的高鐵——印尼雅萬高铁於 2016 年 1 月 21 日開工以來狀況不斷，徵地、反對中國勞工進入等議題爭議不斷，沿線施工路段並未預期準時開工，以致可能無法如期在 2019 年建設完畢。在勞工問題方面，是印尼民眾對中國高铁進入印尼最大的反感原因，當地媒體不斷報導不少非法中國勞工進入印尼，衝擊印尼當地就業勞工的工作機會。¹ 反對勢力更以中國勞工問題，以及與中國關係走得太近的理由對佐科維政府進行批判，有的工人註冊資料上註明的是專家，比如機械工程師、質量控制經理等，但實質上他們只是普通工人。根據印尼勞動與就

¹ “Lagi, Pekerja Tambang Asal Cina Ditangkap di Bogor,” *Tempo*, August 3, 2017, <<https://metro.tempo.co/read/896724/lagi-pekerja-tambang-asal-cina-ditangkap-di-bogor>> (Review Date: May 23, 2018).

業部資料表示，截至 2016 年 11 月，外國工人總數是 74183 人，其中中國工人以 2.1 萬人位於第一，日本工人以 1.249 萬人位居第二。² 中國持續的基礎建設投資，中國工人也將會日益增加，顯現中國工人問題對於印尼是需要急迫解決的問題，尤其如何保障印尼當地民眾的就業權，都將影響中國與印尼之間的關係。

根據印尼全國民意調查（Indonesia National Survey Project）顯示，雖然印尼與中國之間在一些相關問題上仍有部分歧異，但 76.7% 的受訪者仍讚賞中國，77.3% 認為中國對印尼而言是重要的國家。中國勞工是此民調重點關注的問題之一，自 2015 年下半年以來，中國勞工問題已成為印尼當地社群的話題。民調顯示，儘管中國勞工問題成為印尼社群的熱門話題，但只有 26.6% 認為應完全禁止中國勞工，50.2% 認為應該允許中國勞工入境，但必須限制人數，而 19.9% 認為只有具備高學歷的中國勞工才可以在印尼工作。因此可以發現，大部分印尼人是歡迎高技術、管理階層的中國工人進入，而是反對會影響印尼勞工飯碗的低技術工人進入。³

雅萬高鐵帶來的效益層面，也是印尼人民討論的重點，許多民眾認為高鐵的造價成本過於高，將會影響印尼政府的財政預算，並且日後的票價將會相當昂貴，對一般的百姓根本無法負擔，高鐵只是滿足菁英階層的使用。另外，偏遠地區人民認為基礎建設資金應當妥善運用，政府的首要目標應先改善偏遠地區交通，以將豐富資源能夠有效率運出，而非先發展城市的交通建設；另一派人認為，雅萬高鐵的建成將有助於縮短雅加達與萬隆之間的交通時間，由於交通建設的發展，將會帶動高鐵沿線的城市整體發展，對於印尼未來的國家發展立意良善。⁴

² 「有多少中國人在印尼工作？」，**BBC 中文網**，2016 年 12 月 23 日，
<<http://www.bbc.com/zhongwen/trad/world-38412851>>（校閱日期：2018 年 5 月 23 日）。

³ Diego Fossati & Siwage Negara & Cassey Lee, *The Indonesia National Survey Project: Economy, society and politics* (Singapore: ISEAS, 2017), pp. 42-45.

⁴ “High speed railway construction accelerated as CDB disburses loan,” *The Jakarta Post*, May 2, 2018, <<http://www.thejakartapost.com/news/2018/05/02/high-speed-railway-construction-accelerated-as-cdb-disburses-loan.html>> (Review Date: May 23, 2018).

本文認為以目前的情況，中國高鐵進入印尼後，提供給予印尼基礎建設發展的改善，也受到許多印尼人民的期待。從印尼全國民意調查顯示，多數印尼人民期待中國能夠幫助印尼發展，中國與印尼之間能夠有更密切的關係。然而，中國高鐵的進入也帶來一些問題，例如中國勞工、建設效益、與中國關係過於密切等問題，甚至連前印尼鐵路營運公司執行長 Ignasius Jonan 都帶頭反對雅萬高鐵的建設，認為雅加達與萬隆之間的交通建設不是最急迫的。⁵ 因此，中國高鐵外交帶來的影響喜憂皆有，中國政府勢必要更加去理解印尼人民的想法，而非只是與政治菁英間的溝通，所以需要運用更多公共外交政策來向印尼民眾說明，以達到有效溝通，獲取印尼民眾對中國高鐵的支持。

二、中國高鐵外工具備四大重要特色優勢

根據中國高鐵的發展歷史回顧，可以發現中國高鐵能夠憑藉著數十年就成為世界高鐵大國，主要的因素便是前鐵道部部長劉志軍提出的決策：引進外國技術進行吸收、消化、自主創新的「跨越式發展」路徑，以「政府為主導」與外國企業的談判模式，成功地創造中國高鐵快速發展的環境，這也展現出中國特殊的發展模式：「政府主導」，「政府主導」成為中國高鐵日後走出去的重要特色。截至 2017 年底，中國高鐵外交的成果陸續見到成效，也逐漸將規模擴大，目前已經有 2 項完工、5 項興建中、1 項計畫中，逐步地配合一帶一路戰略倡議的規劃將相關國家連結起來，這便是中國高鐵外交重要的目的之一，以進行有效的互聯互通，達到區域整合。

中國高鐵外工具備四項重要特色優勢：第一是頂層設計的規劃，由於中國獨特的政治體制，由國家進行統籌規劃，協調各部門與相關高鐵企業與其他國家比較容易進行，這也將成為中國高鐵外交的重大優勢。另外，配合著相應的其他

⁵ “Dirut PT KAI: Saya Menentang Kereta Cepat Jakarta-Bandung,” *Kompas*, July 1, 2014, <<https://ekonomi.kompas.com/read/2014/07/01/0805385/Dirut.PT.KAI.Saya.Menentang.Kereta.Cepat.Jakarta-Bandung>> (Review Date: May 23, 2018).

戰略與規劃「一帶一路」、「亞投行」等，中國政府以一個宏觀面的角度對中國高鐵外交進行規劃，將讓中國高鐵外交的發展奠定厚實的基礎；第二是綜合技術能力的提升，這是中國高鐵外交要順利開展的硬實力體現，擁有良好的綜合技術能力才能夠吸引買家選擇。中國高鐵已經掌握全面智慧財產權的優勢，並且擁有獨特、多元的建設體系，以及適應多元環境、氣候的列車組，體現中國高鐵的高技術能力；第三是建設成本較為低廉，中國高鐵的建設成本大約為其他國家的三分之二，性價比相當高。由於目前許多對高鐵潛在需求國多屬發展中國家，高鐵又是高成本、回收慢的大型交通基礎建設，因此中國高鐵較為低廉的建設成本將成為這些國家考量的關鍵；第四是融資貸款的提供，由於中國龐大的外匯存底使其擁有大量的閒置資金可以運用，中國高鐵外交就配合著低利率的融資貸款爭取相關國家的訂單，再加上亞投行、絲路基金的支援，使得中國能夠提供相當優惠的融資貸款條件，以順利讓中國高鐵外交開展實踐。

三、中國高鐵外交擁有五大困境挑戰

高鐵不僅僅是交通基礎建設，它亦是一種戰略性交通工具，將涉及政治、外交、經濟、社會、國家安全等多方面敏感領域。當面對中國的崛起，對中國高鐵的進入將更加審慎小心，再加上高鐵將牽涉許多複合性問題，這也促使中國高鐵外交將面對許多困境與挑戰。本文認為中國高鐵外交面對的挑戰主要有五個方面：第一是政治風險，在國際上，由於中國威脅論的聲浪，以及許多國家都與中國有部分爭議衝突，因此對中國產生不信任感，深怕中國高鐵外交的擴展會對現有國際體制造成嚴重衝擊。在當事國國內層面，中國高鐵要進入相關國家將會遇到當事國國內相關問題，尤其是目前中國高鐵規劃進入的多屬發展中和轉型國家，存在許多問題。2011 年利比亞格達費政府與反對勢力爆發的內戰就是一個典型例子，導致利比亞長期動盪不安，使得原先與中國簽署的 35.5 億美金的高鐵項目因而取消。第二是經濟風險，高鐵項目是具有建設週期慢長、回收成本和投資費用相當慢，甚至能夠盈利將是一個漫長的時期。因此，當事國是否有充足財政資

金投入都將是中國政府要考量的。中國高鐵失敗的案例中，委內瑞拉就是因為開工後，政府財政出現問題，造成資金短缺，導致後來高鐵項目荒廢。中國勢必要對當事國的經濟、財政狀況做出更有效、精準的評估，才能避免這樣的事件再度發生。

第三是安全問題，安全問題勢必是各國興建高鐵重要的考量因素，2011 年的甬溫追撞事件讓中國高鐵的安全蒙上一層陰影，2017 年中鐵公司於肯亞興建的西格裡大橋斷裂，再次讓中國建設的安全品質受到挑戰。非傳統安全問題亦是中國高鐵需要謹慎小心的挑戰，恐怖主義、跨國犯罪等問題都需要中國政府加強防範，以維護中國高鐵的海外營運。第四是技術標準，中國高鐵的智慧財產權問題一直受到國際的質疑，使得中國勢必不斷開發新技術、新產品來受到國際認可。由於現今世界高鐵的標準主要以歐洲、日本標準為主，中國高鐵想要在國際市場擁有一定佔有率，必須要廣泛推動「中國標準」為國際認可的標準。印尼雅萬高鐵便是中國標準的第一站，中國勢必要藉由印尼雅萬高鐵的建成，成功地讓世界認同中國高鐵標準的存在。第五是人才培育，中國高鐵外交要順利進行，人才培育扮演整個策略重要的推力，不僅僅是中國要培養技術性、國際貿易、理解當地國的複合性人才，亦要培養當地高鐵技術人才，以協助提升當地勞工的就業機會。目前印尼雅萬高鐵的建設受到印尼當地人民反感的重要因素，便是中國勞工問題，不滿中國勞工來搶奪印尼勞工的就業權，因此中國政府必須要積極培養與採用當地人才，才能塑造良好的形象，以避免衝突的發生。

四、中國高鐵外交與公共外交呈現相輔相成的關係

根據中國外文出版發行事業局公佈的《中國國家形象全球調查報告 2016-2017》顯示，中國整體形象好感度穩中有升，呈現 6.22 分。⁶ 而海外認知度最高的中國科技成就中，「中國高鐵」以 36% 獲得第一，高鐵成為科技創新的國家形

⁶ 分為發展中國家、已開發國家做區分，以 1-10 分作為評分，最高為 10 分。

象。⁷ 由此顯現中國高鐵已然成為中國國家形象的重要門面，在公共外交中的作用將扮演相當重要的角色。

本文認為中國高鐵外交與公共外交彼此呈現相輔相成的關係。中國的公共外交開展主要有三個目的：第一是改善中國的國家形象，試圖消弭中國威脅論的聲浪，試圖創造出一個對中國發展有利的輿論環境，讓外國民眾認識與理解中國的發展對世界發展是有益的，以此改善中國的國家形象；第二是提升中國國際話語權，中國國家實力的持續提升，已讓中國走向世界舞臺中心，而增進國外公眾對中國基本國情、價值理念、發展道路、內外政策的理解和認識是當務之急，擁有一定的國際話語權不僅能夠讓國際更認識中國，亦能夠提升中國的國際地位；第三是促進中外文化交流，透過文化交流來傳達出中國的文化特色，吸引外國民眾對於中國文化的認識與理解，這對中國軟實力的建設擁有相當大的作用。

中國高鐵外交在公共外交的實踐便是以這三大目的為出發，希望利用新穎的高鐵技術作為當前中國公共外交的新門面，展現出具有中國特色的公共外交，而中國的公共外交特色則呈現出三大特色：第一是中國傳統文化元素，漢語與和諧思想的體現塑造出中國特色的公共外交；第二是中國模式的展現，讓世界認為除了西方的發展模式之外，還有另外的一條道路選擇，並讓世界認識到中國發展模式的優勢與特色；最後是執政合法性的塑造，對於崛起的中國相當迫切要得到國際社會對中國的認同，爭取國際社會對中國權力不斷增長的認同，即消弭中國威脅論的重要一步。中國高鐵外交在公共外交的展現中符合著這三大特色，替中國政府向世界傳達中國和平發展的理念，展現出中國獨特的發展模式，中國的崛起並不會對世界造成威脅，而是對國際社會的發展、和平貢獻心力，成為一個負責任的大國，以獲得國際社會對中國的支持與認同。

當中國高鐵外交開展的同時，公共外交的輔助也相當重要，要讓其他國家清

⁷ 中國外文局傳播研究中心傳播戰略研究室，**中國國家形象全球調查報告 2016-2017**（北京：中國外文局，2018年），頁3、24-25。

楚理解中國高鐵走出去對於世界是有利的，中國高鐵在當地的建設是給對當地國的國家發展是有利的，是一種合作共贏的關係。因此，中國利用三種主要方式幫助世界認識中國高鐵：第一是國家營銷，利用國家為高鐵做宣傳推廣，樹立國家形象，而李克強總理作為「高鐵超級銷售員」，對外宣傳行銷成果豐富，讓中國高鐵受到國際矚目；第二是傳媒宣傳，透過紀錄片、影劇節目、廣告冠名、海外民眾宣傳等方式替中國高鐵的國際曝光度提升，為中國高鐵外交締造一個良善的環境；最後是旅遊外交，結合旅遊的方式，讓外國民眾親身體驗中國高鐵的魅力，以此強化高鐵對中國國內外民眾的認同度。中國主要藉由這三種公共外交的方式幫助中國高鐵外交的實踐更為順利，讓外國民眾更加理解中國高鐵的優點特色，對於世界發展能夠擁有一定的貢獻。因此，鑒於以上所述，本文認為中國高鐵外交與公共外交是呈現一種相輔相成的特色關係，兩者相互幫助為中國塑造出良好的國家形象，增進國際社會對中國的認同度。

第二節 未來展望與建議

本文針對中國高鐵外交在公共外交中的角色進行整理與分析，仍有許多不足之處，待未來更進一步的觀察與研究。首先，由於中國高鐵外交是近年在開始展開，發展尚未進入一個成熟的階段，並且這是一個正在發展中的狀態，因此不確定因素與變動成分仍相當大，2018年5月馬來西亞新上任總理馬哈迪（Mahathir Mohamad）對於新馬高鐵計畫表示疑慮，可能考慮取消這項計畫，他表示這項計畫將使馬來西亞國債暴增，並且認為新馬高鐵最大受益方是中國，而並不是馬來西亞。⁸ 這勢必影響中國高鐵外交未來的發展，是未來值得關注的焦點；第二，中國高鐵外交當前的佈局主要以發展中國家為主，多數國家對於高鐵的建設並未有龐大的資金做支持，而中國透過優惠的融資貸款援助是否能夠回收，對於中國

⁸ 「敦馬：將放棄隆新高鐵計畫」，星洲網，2018年5月28日，
<<http://www.sinchew.com.my/node/1760116>>（校閱日期：2018年5月28日）。

的國家財政的衝擊，將攸關中國高鐵外交的持續實踐；第三，雖然中國高鐵在公共外交中扮演積極的作用，但西方國家對於中國的崛起仍採取擔憂與抵制的態度，認為中國高鐵外交是充滿地緣政治的策略，將會使中國的勢力蔓延開來，需要小心防範。另外，美國新任總統川普（Donald Trump）上任後，對於中國採取較為較為激烈的衝突手段，這都將攸關中國的公共外交實踐；最後，日本新幹線作為中國高鐵重要勁敵，雙方不僅僅是坐高鐵上的競爭，更是中日兩國的地緣政治競逐，攸關兩國的國家顏面，這對於中國高鐵外交將會造成相當大的衝擊，這也是未來可以關注的地方。





參考文獻

中文文獻

一、專書

Nye, Joseph S. 著，吳家恆、方祖芳譯，*柔性權力 (Soft Power : the means to success in world politics)*。臺北：遠流出版，2006 年。

中國外文局傳播研究中心傳播戰略研究室，*中國國家形象全球調查報告 2016-2017*。北京：中國外文局，2018 年。

中國鐵道部，*中國鐵道年鑑 (2001)*。北京：鐵道部檔案史誌中心，2001 年。

王逸舟，*中國學者看世界：國家利益卷*。香港：和平圖書有限公司，2006 年。

王雄，*中國速度：中國高速鐵路發展紀實*。北京：外文出版社，2016 年。

朱泓源，*撰寫博碩士論文實戰手冊*。臺北：正中出版社，1999 年。

蘆岩，*「一帶一路」中國高鐵品牌戰略研究*。大連：大連理工大學出版社，2017 年。

孫治國，*一帶一路公共外交報告 2016*。北京：海洋出版社，2016 年。

徐飛，*縱橫「一帶一路」：中國高鐵全球戰略*。上海：格致出版社、人民出版社，2017 年。

秦亞青，*國際體系與中國外交*。北京：世界知識出版，2009 年。

袁方，*社會研究方法*。臺北：五南出版，2002 年。

高長、陳德昇，*中國大陸改革開放年評價與反思*。臺北：財團法人兩岸交流遠景基金會，2008 年。

高柏，*高鐵與中國 21 世紀大戰略*。北京：社會科學文獻出版社，2012 年。

高柏、李國武、甄志宏，*中國高鐵創新體系研究*。北京：社會科學文獻出版社，2016 年。

高鐵見聞，*高鐵風雲錄*。長沙：湖南文藝出版社，2015 年。

- 郭玉生，**心理與教育研究法**。臺北：精華書局，1981年。
- 郭樹勇，**中國軟實力戰略**。北京：時事出版社，2012年。
- 陳志敏、肖佳靈、趙可金，**當代外交學**。北京：北京大學出版社，2008年。
- 葉志誠，**社會科學概論**。臺北：揚智文化，2000年。
- 葉志誠、葉立誠，**研究方法與論文寫作**。臺北：商鼎文化，2001年。
- 趙可金，**公共外交的理論與實踐**。上海：上海辭書出版社，2007年。
- 趙永秀，**南車+北車=中國中車：無國界的中國高鐵模式**。廣州：廣東經濟出版社，2017年。
- 趙啟正，**公共外交與跨文化交流**。北京：中國人民大學出版社，2011年。
- 趙啟正，**公共外交戰略**。海南：學習出版社、海南出版社，2014年。
- 趙啟正，**向世界說明中國——趙啟正演講談話錄**。北京：新世界出版社，2005年。
- 趙啟正、雷蔚真，**中國公共外交發展報告（2015年）**。北京：社會科學文獻出版社，2015年。
- 歐傑、宋迪、周楠燕，**中國高速鐵路：建設成本分析**。北京：世界銀行駐華代表處，2014年。

二、期刊論文

- 「大拇哥財富冠名高鐵年投放資金2億」，**卓越理財**，第6期（2015年），頁62。
- 丁夢，「從高鐵外交審視中日兩國在東南亞的競爭」，**學術探索**，第10期（2017年），頁46-51。
- 中國中車集團公司，「讓高鐵工人精神成為核心價值觀的生動表達」，**企業文明**，第10期（2016年），頁31-32。
- 比如，金履忠，「請端正我國高速鐵路裝備的發展方向」，**經濟管理文摘**，第9期（2007年），頁13-16。
- 牛彥歡，「『第一夫人』外交角色研究」，**品牌**，第6期（2015年），頁325。
- 王永中，「『一帶一路』建設與中國開放型經濟的轉型發展」，**學海**，第1期（2016年），頁118-124。

- 王強、羅率，「京滬高鐵十年一覽」，**商務週刊**，第 17 期（2004 年），頁 50-57。
- 王璐、吳茜，「試析大國崛起中的中國話語權建構」，**南方論刊**，第 6 期（2017 年），頁 10-13。
- 甘鈞先、毛豔，「絲綢之路的復活：中國高鐵外交解析」，**太平洋學報**，第 18 卷第 7 期（2010 年），頁 23-30。
- 田進，「講好中國故事，傳播中國聲音」，**傳媒**，第 2 期（2016 年），頁 9-10。
- 江迅，「中國高鐵奔向美國及全球突破外交路障」，**亞洲週刊**，第 24 卷第 51 期（2010 年），頁 50。
- 何昊、周芳文，「國家營銷構築中國軟實力」，**生產力研究**，第 21 期（2009 年），頁 136-137。
- 何華武，「中國高鐵：『追趕者』何以變成『領跑者』」，**電氣時代**，第 2 期（2011 年），頁 35。
- 吳征宇，「向『陸』還是向『洋』？——對〈高鐵與中國 21 世紀大戰略〉的再思考」，**二十一世紀評論**，第 135 期（2013 年），頁 105-113。
- 吳建民，「上海世博會是公共外交的大舞臺」，**公共外交季刊**，總第 7 期（2011 年），頁 6-10。
- 吳澤林，「中國公共外發展綜述」，**江南社會學院學報**，第 3 期（2012 年），頁 32-36。
- 李文，「世界經濟的『新常態』與中國的『新常態』」，**當代中國史研究**，第 23 卷第 5 期（2016 年），頁 4-15。
- 李萍、賈博群，「反思中國高鐵建設的指導理念」，**北京科技大學學報（社會科學版）**，第 33 卷第 1 期（2017 年），頁 56-62。
- 李毅、李夢生，「日本在中國高鐵海外輸出進程中的影響」，**東北亞論壇**，第 5 期（2016 年），頁 17-24。
- 李樹德，「京滬高鐵研究歷程和主要工程概述」，**鐵道標準設計**，S1 期（2006 年），頁 1-5。
- 李繁傑，「北京奧運會的公共外交解讀與啟示」，**公共外交季刊**，總第 2 期（2010 年），頁 90-97。

- 沈雅梅，「『中國夢』的公共外交：挑戰與機遇」，**國際問題研究**，第 6 期（2015 年），頁 89-103。
- 肖剛、陳俊峰，「金融海嘯：世界秩序重建的機遇與挑戰」，**廣東外語外貿大學學報**，第 20 卷 3 期（2009 年），頁 40-45。
- 周健、叢松日，「中國崛起：中國模式的可持續性發展」，**華北理工大學學報（社會科學版）**，第 1 期（2017 年），頁 12-15。
- 岡田宏、龔深弟，「日本的新幹線和社會經濟效益」，**中國鐵路**，第 10 期（1998 年），頁 28-35。
- 於中城，「中國鐵路發展『大提速』——訪鐵道部部長劉志軍」，**紫光閣**，第 4 期（2004 年），頁 19-21。
- 林上，「日本高速鐵路建設及其社會經濟影響」，**城市與區域規劃研究**，第 3 期（2011 年），頁 132-156。
- 姜岩、董大海、胡左浩，「中國高速鐵路品牌化的內涵與路徑研究」，**鐵道運輸與經濟**，第 38 卷第 7 期（2016 年），頁 66-71。
- 施旭、郭海婷，「學術話語與國際安全——西方安全研究是如何塑造『中國威脅論』的」，**學術界**，第 5 期（2017 年），頁 58-74。
- 施張兵，「新絲綢之路時期的中國高鐵外交研究」，**廣州大學學報（社會科學版）**，第 15 卷第 9 期（2016 年），頁 70-76。
- 柳婷婷，「淺析孔子學院公共外交職能」，**改革與開放**，第 22 期（2017 年），頁 139-140。
- 胡海晨、林漢川、張思雪，「三重效用疊加的中國高鐵品牌國際化發展模式及啟示」，**北京交通大學學報（社會科學版）**，第 16 卷 2 期（2017 年），頁 34-40。
- 唐小松，「中國公共外交的發展及其體系構建」，**復旦國際關係評論**，第 0 期（2006 年），頁 257-266。
- 唐小松、王義桅，「國外對公共外交的研究」，**國際問題研究**，第 1 期（2005 年），頁 60-63。
- 徐飛，「中國高鐵『走出去』的十大挑戰與戰略對策」，**人民論壇·學術前沿**，第 14 期（2016 年），頁 58-78。
- 徐飛，「中國高鐵『走出去』戰略：主旨、方略、舉措」，**中國工程科學**，第 4 期

(2015 年)，頁 4-8。

翁鳴，「中日海外投資差異分析和對策建議——以高鐵和農業投資為例」，**國際經濟合作**，第 10 期（2015 年），頁 26-29。

袁新濤，「『一帶一路』建設的國家戰略分析」，**理論月刊**，第 11 期（2014 年），頁 5-9。

馬文生，「認證認可：中國高鐵走向世界的敲門磚」，**中國品牌**，第 8 期（2016 年），頁 8-9。

高文志、餘建星、寧向東，「『走出去』的戰略框架」，**企業管理**，第 2 期（2006 年），頁 91-94

高柏，「新陸權時代的中國高鐵大戰略」，**海峽評論**，第 291 期（2015 年），頁 64-72。

高津利次、甘霖，「日本高鐵的歷史與未來」，**國際城市規劃**，第 6 期（2011 年），頁 6-15。

高臻笛，「淺析紀錄片《舌尖上的中國》的跨文化傳播策略」，**視聽**，第 1 期（2016 年）。

張東勝，「中共『走出去』戰略中的『高鐵外交』：以泛亞高鐵為例」，**國防雜誌**，第 31 卷第 4 期（2016 年），頁 87-112。

張菁，「第七屆世界高速鐵路大會在京召開」，**綜合運輸**，第 1 期（2011 年），頁 86。

張衛華，「引進消化吸收國外先進技術提升中國軌道車輛製造水準」，**世界軌道交通**，第 10 期（2004 年），第 23-24 頁。

曹瑋、趙可金，「合法性塑造及中國公共外交」，**國際政治科學**，第 2 期（2013 年），頁 62-93。

梅新育，「GDP 超越日本向中國提出新考驗」，**中國金融**，第 17 期（2010 年），頁 95-96。

郭學堂，「『高鐵外交』的地緣政治學解讀」，**社會科學**，第 6 期（2015 年），頁 17-23。

楊潔篪，「公共外交與中國國家形象的塑造」，**求是**，第 4 期（2011 年），頁 43-44。

鄒統鈺、胡瑩，「旅遊外交與國家形象傳播」，**對外傳播**，第 5 期（2016 年），頁 22-24。

鄔群亮、徐鴻斐，「深植創新基因，打造高鐵名片」，**思想政治工作研究**，第 11 期（2016 年），頁 23-25。

趙可金，「美國公共外交的興起」，**復旦學報（社會科學版）**，第 3 期（2003 年），頁 86-92。

趙偉，「『一帶一路』戰略下中國高鐵『走出去』政治風險研究」，**對外經貿**，第 8 期（2016 年），頁 53-58。

劉丹，「中日競爭印尼高鐵的焦點及啟示」，**國際融資**，第 11 期（2015 年），頁 37-40。

劉志軍，「落實『三個代表』要求，抓住新的歷史機遇努力實現中國鐵路跨越式發展」，**鐵路工程管理**，第 4 期（2003 年）。

劉玥，「旅遊外交與中國國家旅遊形象傳播」，**農家參謀**，第 15 期（2017 年），頁 239-240、277。

劉憶魯、劉長銀，「中國高鐵發展的模式概述」，**現代商業**，第 12 期（2016 年），頁 36-37。

樊釘，「孔子學院對公共外交的啟示」，**浙江師範大學學報（社會科學版）**，第 38 卷第 6 期（2013 年），頁 120-124。

鄭金萍，「和諧文化建設與國家文化軟實力的提升思考」，**智庫時代**，第 17 期（2017 年），頁 293-294。

鄭凱峰、紹海濤、郝佳佳，「中國高鐵走出去的積極意義和應對措施：『中國高鐵走出去戰略高峰論壇』嘉賓發言綜述」，**西南交通大學學報（社會科學版）**，第 15 卷第 1 期（2014 年），頁 2-4。

盧暄，「『高鐵外交』與中小企業海外拓展——以青島美萊軌道股份有限公司為例」，**公共外交季刊**，第 3 期（2016 年），頁 13-18。

檀有志，「公共外交中的國家形象建構——以中國國家形象宣傳片為例」，**現代國際關係**，第 3 期（2012 年），頁 54-56。

檀有志，「美國學界的公共外交研究簡況」，**美國研究**，第 2 期（2013 年），頁 128-143。

鍾龍彪、王俊，「中國公共外交的演進：內容與形式」，**外交評論**，第 89 期（2006 年），頁 64-69。

叢占修，「人類命運共同體：歷史、現實與蘊含」，**理論與改革**，第 3 期（2016 年），頁 1-5。

魏國江，「『中國製造』價值提升中的國家營銷研究」，**河北經貿大學學報（綜合版）**，第 11 卷第 4 期（2011 年），頁 40-44。

羅幸，「中國國家形象研究述評」，**廣西社會科學**，第 9 期（2017 年），頁 232-234。

顧力仁，「歷史法及其在圖書館學研究上的應用」，**書府**，第 18-19 卷（1998 年），頁 48-62。

三、學位論文

楊文斐，「中日高速鐵路輸出在亞歐大陸的競爭研究」，**外交學院碩士論文**（2016 年）。

趙玉潔，「中國公共外交的構建：從『文化傳播』到多元擴展」，**山東大學國際關係碩士班學位論文**（2012 年）。

四、研討會論文

孫本初，「如何寫一篇優質的碩博士論文」，發表於撰寫碩博士論文與投稿期刊學術論壇（臺北：臺北大學，2005 年）。

五、報章資源

「中長期鐵路網規劃」，**人民日報**，01 版，2004 年 01 月 08 日，檢索日期：2017 年 12 月 5 日。

「中國高鐵：『四縱四橫』改變中國」，**中國青年報**，03 版，2016 年 12 月 29 日，檢索日期：2017 年 5 月 2 日。

「關於國民經濟和社會發展「九五」計劃和 2010 年遠景目標綱要的報告」，**人民日報**，02 版，1996 年 3 月 18 日，檢閱日期：2017 年 12 月 5 日。

李偉，「中國高鐵 21 年爭議未止」，**東方早報**，2011 年 6 月 30 日，檢閱日期：2017 年 12 月 5 日。

孫春芳，「中國高鐵斷代史：第一條高鐵秦瀋客專如何被淹沒」，**21 世紀經濟報**

導，2011年6月11日，檢閱日期：2017年12月10日。

潘旭濤、王璐、肖暘，「中國高鐵駛向東南亞」，**人民日報海外版**，02版，2013年10月22日，檢索日期：2017年5月9日。

六、網路資料

「『晉商貸』敢為人先，行業首家冠名高鐵動車組品牌專列」，**中國商業電訊**，2015年4月3日，檢閱日期：2018年3月22日。

http://www.prnews.cn/press_release/133246.htm

「2017年全年旅遊市場及綜合貢獻數據報告」，**中華人民共和國文化和旅遊部**，2018年2月6日，檢閱日期：2018年3月25日。

http://www.cnta.gov.cn/zwgk/lys/201802/t20180206_855832.shtml

「GBD 公共外交文化交流中心介紹」，**GBD 公共外交文化交流中心**，2018年2月27日，校閱日期：2018年2月27日。

<http://www.cpdcea.com/about/1.html>

「八達嶺長城地下102米，有一座世界最深的高鐵站」，**新華社**，2017年8月14日，檢閱日期：2018年3月25日。

http://www.xinhuanet.com/politics/2017-08/14/c_1121479300.htm

「中共十七大政治報告全文」，**人民網**，2007年10月15日，校閱日期：2018年3月2日。

<http://cpc.people.com.cn/GB/104019/104098/6379198.html>

「中長期鐵路規劃」，**中華人民共和國國家發展和改革委員會**，2016年7月13日，檢索日期：2017年5月2日。

<http://www.sdpc.gov.cn/zcfb/zcfbghwb/201607/W020160802639956019575.pdf>

「中長期鐵路網規劃（2008年調整）」，**中華人民共和國國家發展和改革委員會**，2008年10月，檢閱日期：2017年12月5日。

<http://www.ndrc.gov.cn/zcfb/zcfbqt/200906/W020090605629892360234.pdf>

「中國『高鐵外交』受阻」，**FT 中文網**，2017年7月18日，檢閱日期：2018年1月10日。

<http://big5.ftchinese.com/story/001073452>

「中國高鐵將有新面孔：時速400公里以上的智能高鐵將要駛來」，**新華社**，2018年2月26日，檢閱日期：2018年4月3日。

http://www.xinhuanet.com/2018-02/26/c_1122456930.htm

- 「中國高鐵累計發送旅客突破 70 億人次」，**中國新聞網**，2017 年 10 月 23 日，
檢閱日期：2018 年 4 月 3 日。
<http://www.chinanews.com/gn/2017/10-23/8358500.shtml>
- 「中國速度引領全球體驗『中國速度』改變技術格局」，**新華網**，2018 年 2 月
12 日，檢閱日期：2018 年 2 月 20 日。
http://big5.xinhuanet.com/gate/big5/www.xinhuanet.com/politics/2018-02/12/c_1122404688.htm
- 「中國提出『一帶一路』五大合作重點」，**人民網**，2015 年 3 月 28 日，檢閱日
期：2017 年 12 月 10 日。
<http://politics.people.com.cn/BIG5/n/2015/0328/c70731-26764823.html>
- 「中華人民共和國國務院令 第 639 號」，**中國政府網**，2013 年 9 月 6 日，檢閱
日期：2017 年 12 月 10 日。
http://big5.gov.cn/gate/big5/www.gov.cn/zwgk/2013-09/06/content_2482594.htm
- 「中鐵建鐵羽沙特麥加輕軌工程啟示」，**走出去智庫**，2014 年 3 月 14 日，檢閱
日期：2018 年 4 月 4 日。
<http://www.cggthinktank.com/2014-03-14/100071557.html>
- 「孔子學院章程」，**孔子學院總部（國家漢辦）**，校閱日期：2018 年 2 月 27
日。
http://www.hanban.org/confuciousinstitutes/node_7537.htm#no1
- 「日本專家: 0 元也要拿下東盟高鐵訂單」，**日本經濟新聞中文版**，2014 年 9 月
17 日，檢閱日期：2018 年 4 月 4 日。
<https://zh.cn.nikkei.com/politicsaeconomy/economic-policy/11033-20140917.html>
- 「印尼雅萬高鐵專案貸款協定正式簽署」，**新華網**，2017 年 5 月 15 日，檢索日
期：2017 年 5 月 18 日。
http://news.xinhuanet.com/money/2017-05/15/c_1120973322.htm
- 「在華深造央視遴選，馬巫裔生宣傳中高鐵」，**星洲網**，2015 年 5 月 17 日，檢
閱日期：2018 年 3 月 22 日。
<http://www.sinchew.com.my/node/1446198>
- 「江澤民：在 99《財富》全球論壇上海開幕晚宴上的講話」，**新華網**，1999 年
9 月 27 日，檢閱日期：2017 年 12 月 10 日。

http://big5.xinhuanet.com/gate/big5/news.xinhuanet.com/xiliao/2000-12/31/content_488725.htm

「江澤民在參加上海代表團審議時強調適應新形勢、迎接新挑戰、增創新優勢、贏得新發展」，**中國人大新聞網**，2000年3月8日，檢閱日期：2017年12月10日。

<http://www.people.com.cn/zgrdxw/news/200003/08/0801.html>

「有多少中國人在印尼工作？」，**BBC 中文網**，2016年12月23日，校閱日期：2018年5月23日。

<http://www.bbc.com/zhongwen/trad/world-38412851>

「李長春：外宣工作要貼近中國實際和國外受眾」，**人民網**，2004年4月22日，校閱日期：2018年2月27日。

<http://www.people.com.cn/GB/14677/14737/22039/2462084.html>

「京滬高鐵建設進入攻堅年，今年將完成 600 億投資」，**人民網**，2009年2月10日，檢閱日期：2017年12月5日。

<http://finance.people.com.cn/BIG5/1037/8774187.html>

「促進中東和平，建設和諧世界」，**人民網**，2006年4月24日，校閱日期：2018年3月2日。

<http://theory.people.com.cn/GB/49169/49171/4322766.html>

「美國突然宣佈終止中國在美首個高鐵項目」，**BBC 中文網**，2016年6月9日，檢閱日期：2018年4月3日。

http://www.bbc.com/zhongwen/trad/business/2016/06/160609_us_china_highspeedrail

「胡錦濤在中國共產黨第十八次全國代表大會上的報告」，**人民網**，2012年11月8日，校閱日期：2018年2月27日。

<http://cpc.people.com.cn/n/2012/1118/c64094-19612151.html>

「胡錦濤在中國共產黨第十八次全國代表大會上的報告」，**新華網**，2012年11月17日，檢索日期：2017年5月2日。

http://news.xinhuanet.com/18cpcnc/2012-11/17/c_113711665_2.htm

「胡錦濤等中央領導出席第十一次駐外使節會議」，**新華網**，2009年7月20日，檢索日期：2017年5月16日。

http://news.xinhuanet.com/politics/2009-07/20/content_11740850_1.htm

「高鐵時速重回 350 公里，背後故事不是你想的那樣」，**中國新聞網**，2017年9

月 23 日，檢索日期：2017 年 12 月 5 日。

<http://news.sina.com.cn/c/nd/2017-09-23/doc-ifymeswc9471228.shtml>

「國家鐵路局批准發佈《高速鐵路設計規範》，中華人民共和國鐵路局，2014 年 12 月 22 日，檢索日期：2017 年 5 月 22 日。

http://www.nra.gov.cn/xwzx/xwdt/xwlb/201412/t20141222_9474.shtml

「國際儲備與外幣流動性資料範本」，中國國家外匯管理局，2018 年 2 月 28 日，檢閱日期：2018 年 4 月 3 日。

<http://www.safe.gov.cn>

「堅持市場化運作，辦好一帶一路專項貸款」，人民網，2017 年 5 月 16 日，檢索日期：2017 年 5 月 18 日。

<http://hb.people.com.cn/BIG5/n2/2017/0516/c194063-30186407.html>

「張德江：加強交流合作，促進高速鐵路安全便捷高效綠色發展」，人民網，2010 年 12 月 7 日，檢閱日期：2017 年 12 月 10 日。

<http://politics.people.com.cn/GB/1024/13423933.html>

「從『和諧號』到『復興號』，中國高鐵強在哪兒」，新華社，2017 年 6 月 26 日，檢閱日期：2018 年 4 月 4 日。

http://big5.xinhuanet.com/gate/big5/www.xinhuanet.com/politics/2017-06/26/c_1121214835.htm

「推動中國入境旅遊快速發展，促進全域效應提升惠及全國」，中國與全球化智庫，2017 年 11 月 27 日，檢閱日期：2018 年 3 月 25 日。

<http://www.ccg.org.cn/Event/View.aspx?Id=7964>

「習近平主持加強互聯互通夥伴關係對話會並發表重要演說」，人民網，2014 年 11 月 08 日，檢閱日期：2017 年 12 月 10 日。

<http://politics.people.com.cn/n/2014/1108/c1024-25997235.html>

「敦馬：將放棄隆新高鐵計畫」，星洲網，2018 年 5 月 28 日，校閱日期：2018 年 5 月 28 日。

<http://www.sinchew.com.my/node/1760116>

「楊潔篪就我國對外政策和對外關係問題答記者問」，中國網，2010 年 3 月 7 日，檢索日期：2017 年 5 月 16 日。

http://big5.china.com.cn/guoqing/2012-03/31/content_25039481.htm

「關於孔子學院/課堂」，孔子學院（國家漢辦），校閱日期：2018 年 3 月 2 日。

http://www.hanban.edu.cn/confuciousinstitutes/node_10961.htm

「鐵道部召開推進鐵路機車車輛現代化座談會」，**中華商務網**，2003年6月15日，檢閱日期：2017年12月5日。

<http://www.chinaccm.com/>

「鐵道部與工商銀行簽署協議，實施鐵路走出去戰略合作」，**新華網**，2010年1月5日，檢閱日期：2017年12月10日。

http://big5.xinhuanet.com/gate/big5/news.xinhuanet.com/fortune/2010-01/05/content_12757446.htm

江瑋，「中泰鐵路變局」，**財經雜誌**，2016年4月18日，檢索日期：2017年5月4日。

<http://magazine.caijing.com.cn /20160419/4107646.shtml>

馬學玲，「2020年中國高鐵將達3萬公里，覆蓋八成以上大城市」，**中國新聞網**，2018年1月3日，檢閱日期：2018年3月25日。

<http://www.chinanews.com/gn/2018/01-03/8414765.shtml>

郭篤為，「墨西哥高鐵落馬，中國拉美外交面臨挑戰」，**BBC中文網**，2015年2月2日，檢閱日期：2018年4月3日。

http://www.bbc.com/zhongwen/trad/china/2015/02/150202_china_mexico_rail

陳雪飛，「講好中國故事——外交部門的公共外交」，**一帶一路數據庫**，2015年10月9日，校閱日期：2018年2月27日。

<http://www.ydylcn.com/zjgd/328919.shtml>

韓方明，「十八大明確了我國公共外交的新目標」，**人民網**，2012年11月21日，校閱日期：2018年2月27日。

<http://theory.people.com.cn/n/2012/1121/c107503-19645595.html>

英文文獻

一、專書

Bound, Kirsten & Briggs, Rachel & Holden, John & Jones, Samuel. *Culture Diplomacy*. London: Demos, 2007.

Fossati, Diego & Negara, Siwage & Lee, Cassey. *The Indonesia National Survey Project: Economy, society and politics*. Singapore: ISEAS, 2017.

Hart, Justin. *Empire of Ideas: The Origins of Public Diplomacy and the Transformation of U. S. Foreign Policy*. New York: Oxford University Press, 2013.

- Hartig, Falk. *Chinese Public Diplomacy: The Rise of the Confucius Institute*. New York: Routledge, 2016.
- Huang, Chin-Hao. *China's Soft Power in East Asia: A Quest for Status and Influence*. Washington: The National Bureau of Asian Research, 2013.
- Ker, Michelle. *China's High-Speed Rail Diplomacy*. Washington: U.S.-China Economic and Security Review Commission, 2017.
- Kitchen, Nicholas. *China's Geoeconomic Strategy*. London: LSE IDEAS, 2012.
- Melissen, Jen. *The New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations*. Houndmills: Palgrave Macmillan, 2005.
- Nye, Joseph S. *Bound to Lead: The Changing Nature of American Power*. New York: Basic Books, 1990.
- Nye, Joseph S. *The Paradox of American Power: Why the World's Only Superpower Can't Go it Alone*. New York: Oxford University Press, 2003.
- OECD. *Strategic Transport Infrastructure Needs to 2030*. Paris: OECD, 2011.
- Shambaugh, David. *Power Shift: China and Asia's New Dynamics*. Berkeley, Calif: University of California Press, 2005.
- Snow, Nancy & Taylor, Phillip. *Routledge Handbook of Public Diplomacy*. New York: Routledge, 2009.
- Stephens, Oren. *Facts to a Candid World*. Stanford: Stanford University Press, 1955.
- Tuch, Hans N. *Communicating with the World: U.S. Public Diplomacy Overseas*. New York: St. Martin's, 1990.
- U.S. Department of State. *Dictionary of international relations terms*. Washington: Department of State Library, 1987.
- UIC. *High Speed Lines in the World*. Paris: UIC, 2017.

二、期刊論文

- Adelman, Kenneth L. "Speaking of America: Public Diplomacy in Our Time." *Foreign Affairs*, Vol.59, No.4 (Spring 1981), pp. 913-936.

Butterfield, Rya. "Reviving the 'Confucius' in Confucius Institute Diplomacy." *China Media Research*, Vol.10 (2014), pp. 13-21.

d'Hooghe, Ingrid. "The Rise of China's Public Diplomacy." *Clingendael Diplomacy Paper*, No.12 (2007) pp. 1-39.

Ferdinand, Peter. "Westward ho—the China dream and 'one belt, one road': Chinese foreign policy under Xi Jinping." *International Affairs*, Vol.92, No.4 (2016), pp. 941-957.

Goodman, Matthew P. & Hillman, Jonathan E.. "Asia's Next Act: Infrastructure Reshapes the Region," *Global Economics Monthly*, Vol.5, Issue 10 (October 2016), pp. 1-2.

Li, Mingjiang. "Soft Power in Chinese Discourse: Popularity and Prospect." *RSIS*, NO.165 (September 1, 2008).

Nye, Joseph S. "Soft Power." *Foreign Policy*, Issue 80 (Fall 1990), pp. 165-168.

Overholt, William. "One Belt, One Road, One Pivot." *Global Asia*, Vol.10, No.3 (Fall 2015), pp. 1-8.

Paradise, James F. "China and International Harmony: The Role of Confucius Institutes in Bolstering Beijing's Soft Power." *Asian Survey*, Vol.49 No.4 (July/August 2009), pp. 649-669.

Wang, Yiwei. "Public Diplomacy and the Rise of Chinese Soft Power." *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, Vol.616, No.1 (March 2008), pp. 257-273.

Zheng, Bijian. "China's 'Peaceful Rise' to Great-Power Status." *Foreign Affairs*, Vol.84, No.5 (September/October 2005), pp. 18-24.

三、網路資源

"After building China's railways, giant CRCC flexes muscles abroad." *Reuters*, December 9, 2014, review Date: May 23, 2018.
<https://www.reuters.com/article/china-railways/corrected-after-building-chinas-railways-giant-crcc-flexes-muscles-abroad-idUSL6N0TM31S20141209>

"Beijing-Tianjin High Speed Train Service Launched." *China Briefing*, August 1, 2008, review date: December 9, 2017.

<http://www.china-briefing.com/news/2008/08/01/beijing-tianjin-high-speed-train-service-launched.html>

“China plans Asia-Europe rail network.” *South China Morning Post*, March 8, 2010, review date: May 2, 2017.

<http://www.scmp.com/article/707972/china-plans-asia-europe-rail-network>

“Chinese bullet train in Venezuela stalls as alliance derails.” *Associated Newspapers*, May 14, 2016, review Date: May 23, 2018.

<http://www.dailymail.co.uk/wires/ap/article-3590107/Chinese-bullet-train-Venezuela-stalls-alliance-derails.html>

“Chinese lending and the Venezuelan crisis.” *Borderless Movement*, March, 2017, review Date: May 23, 2018.

<https://borderless-hk.com/2018/03/14/chinese-lending-and-the-venezuelan-crisis/>

“High speed railway construction accelerated as CDB disburses loan.” *The Jakarta Post*, May 2, 2018, review date: May 23, 2018.

<http://www.thejakartapost.com/news/2018/05/02/high-speed-railway-construction-accelerated-as-cdb-disburses-loan.html>

“The High speed Definition of European Union.” *International Union of Railways*, review date: May 22, 2017.

<http://www.uic.org/highspeed#General-definitions-of-highspeed>

“The Story of China.” *BBC*, 2016, review date: May 20, 2017.

<http://www.bbc.co.uk/programmes/b06ymzy7>

“U.S. Advisory Commission on Public Diplomacy 1985 Report.” *U.S. Department of State Diplomacy in Action*, 1985, review date: February 23, 2018.

<https://www.state.gov/documents/organization/272919.pdf>

Cai, Peter. “Li’s Pitch on High-speed Trains Part of China Regional Push.” *Lowy Institute for International Policy*, March 25, 2017, review date: May 10, 2017.

<https://www.lowyinstitute.org/publications/li-s-pitch-high-speed-trains-part-china-s-regional-push>

Chen, Dingding. “3 Ways China’s High Speed Railway Technology Can Help Its Foreign Policy.” *The Diplomat*, February 17, 2015, review date: May 9, 2017.

<http://thediplomat.com/2015/02/3-ways-chinas-high-speed-railway-technology-can-help-its-foreign-policy/>

- Cull, Nicholas J. "Public Diplomacy' Before Gullion: The Evolution of a Phrase." *USC Center on Public Diplomacy*, April 18, 2006, review date: May 11, 2017.
<https://uscpublicdiplomacy.org/blog/public-diplomacy-gullion-evolution-phrase>
- Dastidar, Avishek. "Diamond quadrilateral of high-speed trains." *The Indian Express*, June 10, 2014, review date: March 6, 2018.
<http://indianexpress.com/article/india/india-others/diamond-quadrilateral-of-high-speed-trains/>
- Denyer, Simon. "China promotes Asia-Pacific dream to counter U.S. Pivot." *The Washington Post*, November 12, 2014, review date: February 27, 2018.
https://www.washingtonpost.com/world/chinas-promotes-asia-pacific-dream-to-counter-us-pivot/2014/11/11/1d9e05a4-1e8e-4026-ad5a-5919f8c0de8a_story.html?utm_term=.91947362403c
- Duggan, Briana. "How did a \$12 million bridge collapse in Kenya." *CNN*, July 4, 2017, review date: March 4, 2018.
<https://edition.cnn.com/2017/07/03/africa/kenya-bridge-collapse/index.html>
- Institute for Energy Research. "China: World's Largest Energy Consumer; Surpasses the U.S." *Institute for Energy Research*, August 6, 2010, review date: May 9, 2017.
<http://instituteforenergyresearch.org/analysis/china-worlds-largest-energy-consumer-surpasses-the-u-s/>
- Jin, Kai. "China's Economic Miracle, As Seen Through Its Trains." *The Diplomat*, December 29, 2015, review date: May 2, 2017.
<http://thediplomat.com/2015/12/chinas-economic-miracle-as-seen-through-its-trains/>
- Krishnan, Ananth. "China wants high-speed rail link to India." *The Hindu*, March 14, 2010, review date: March 3, 2018.
<http://www.thehindu.com/news/international/China-wants-high-speed-rail-link-to-India/article16566956.ece>
- Kynge, James & Peel, Michael & Bland, Ben. "China's railway diplomacy hits the buffers." *Financial Times*, July 17, 2017, review date: December 12, 2017.
<https://www.ft.com/content/9a4aab54-624d-11e7-8814-0ac7eb84e5f1>
- Reynolds, Isabel. "Abe eyes India to cement high-speed rail dominance over China." *The Japan Times*, November 11, 2016, review date: May 9, 2017.

<http://www.japantimes.co.jp/news/2016/11/11/business/abe-eyes-india-cement-high-speed-rail-dominance-china/>

Tiezzi, Shannon. "China Urges Companies to 'Go Global'." *The Diplomat*, December 25, 2014, review date: December 12, 2017.

<https://thediplomat.com/2014/12/china-urges-companies-to-go-global/>

Wade, Geoff. "Changing Asia: China's high-speed railway diplomacy." *Australian Strategic Policy Institute*, December 2, 2013, review date: May 9, 2017.

<https://www.aspistrategist.org.au/changing-asia-chinas-high-speed-railway-diplomacy/>

Wang, Ling. "China's High-Speed Railway Diplomacy." *Worldcrunch*, Jun 28, 2014, review date: December 12, 2017.

<http://www.worldcrunch.com/rss/world-affairs/rss/world-affairs/china-039-s-high-speed-rail-diplomacy/railways-high-speed-market-technology-li-keqiang/cls16312#.VFx01GQVHIU>

Yu, Yongding. "China's response to the global financial crisis." *East Asia Forum*, January 24, 2010, review date: December 9, 2017.

<http://www.eastasiaforum.org/2010/01/24/chinas-response-to-the-global-financial-crisis/>

Zoellner, Tom. "China's High-Speed Rail Diplomacy." *Foreign Affairs*, June 14, 2016, review date: December 12, 2017.

<https://www.foreignaffairs.com/articles/china/2016-06-14/chinas-high-speed-rail-diplomacy>

其他文獻

一、專書

日本外務省，日本の國際協力：2016年版開發協力白書。東京：日本外務省，2017年。

二、網路資料

"Dirut PT KAI: Saya Menentang Kereta Cepat Jakarta-Bandung." *Kompas*, July 1, 2014, review date: May 23, 2018.

<https://ekonomi.kompas.com/read/2014/07/01/0805385/Dirut.PT.KAI.Saya.Men>

entang.Kereta.Cepat.Jakarta-Bandung

Lagi, Pekerja Tambang Asal Cina Ditangkap di Bogor.” *Tempo*, August 3, 2017, review date: May 23, 2018.

<https://metro.tempo.co/read/896724/lagi-pekerja-tambang-asal-cina-ditangkap-di-bogor>

小原凡司，「中國對外戰略の展開」，東京財團，2015年3月25日，檢索日期：2017年5月9日。

<https://www.tkfd.or.jp/research/china/a00550>

