中国外文局全球调查报告显示

中国整体形象好感度稳中有升

编者按　1月5日，中国外文局发布了《中国国家形象全球调查报告2016—2017》。调查发现，中国整体形象好感度稳中有升，内政外交表现受好评，“一带一路”倡议赢得普遍点赞；中国经济的国际影响力获公认，未来发展赢得海外信心，受访者预期中国即将成为全球第一大经济体；中餐、中医药、中国高铁等中国文化与科技元素继续成为国家形象亮点。

2017年3月至6月，中国外文局对外传播研究中心与凯度华通明略、Lightspeed合作开展了第5次中国国家形象全球调查（2016—2017）。本次调查在全球22个国家开展，涵盖了亚洲、欧洲、北美洲、南美洲、大洋洲、非洲等不同区域的民众。访问样本共计11000个，每个国家500个样本。本次调查遵循定量研究方法，采用在线问卷填答的方式，通过Lightspeed　Research全球样本库进行数据收集，并严格执行在线调查的国际标准。为保证每个国家抽样的代表性，受访者样本覆盖18岁—65岁的当地居民，男女比例各占一半。

▲由上海歌舞团创作的舞剧《朱鹮》于1月5日至7日在纽约林肯中心上演。　　新华社记者　秦　朗摄

▶在法国巴黎，共享单车维修技工约安·安德里厄在维修一辆出了故障的OFO“小黄车”。

在多个欧洲城市试水成功后，OFO“小黄车”2017年12月7日宣布入驻法国首都巴黎，目前已在巴黎市区投放了1000辆单车，计划陆续投放上万辆，今后还将登陆法国其他四个城市。

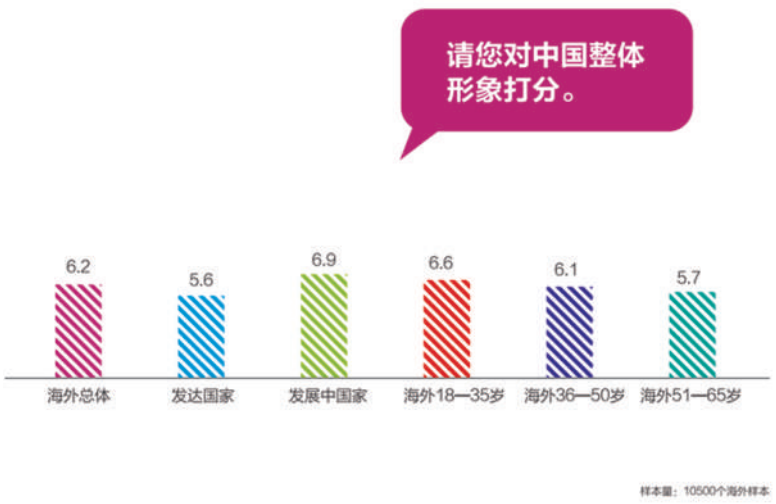
新华社记者　陈益宸摄

中国整体形象好感度稳中有升

中国国家整体印象得分为6.22分，延续了近年来小幅增长的势头。

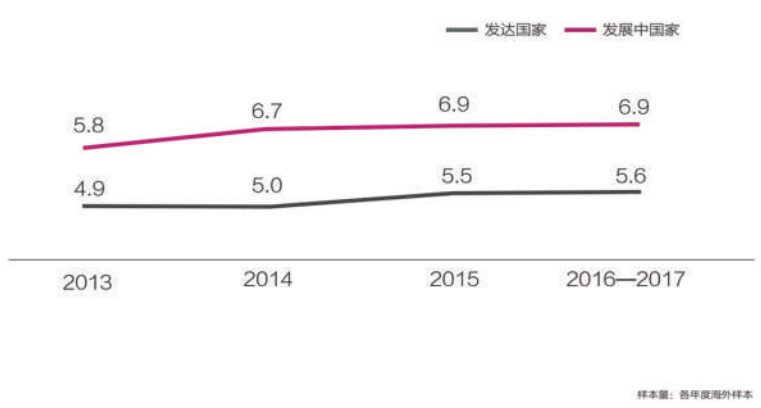
分年龄来看，海外年轻群体（18—35岁）、中年群体（36—50岁）和老年群体（51—65岁）对中国形象的打分分别为6.6、6.1和5.7分，年轻群体对中国持有更好的印象。

中国整体形象得分（1—10分）



近年来，中国国家形象好感度稳中有升。与2015年相比，对中国形象打分涨幅最大的三个国家均为发达国家：意大利（上升0.5分）、加拿大（上升0.4分）、英国（上升0.4分）。但与此同时，发展中国家对中国的印象总体好于发达国家。

2013年以来发达国家和发展中国家对中国形象打分（1—10分）

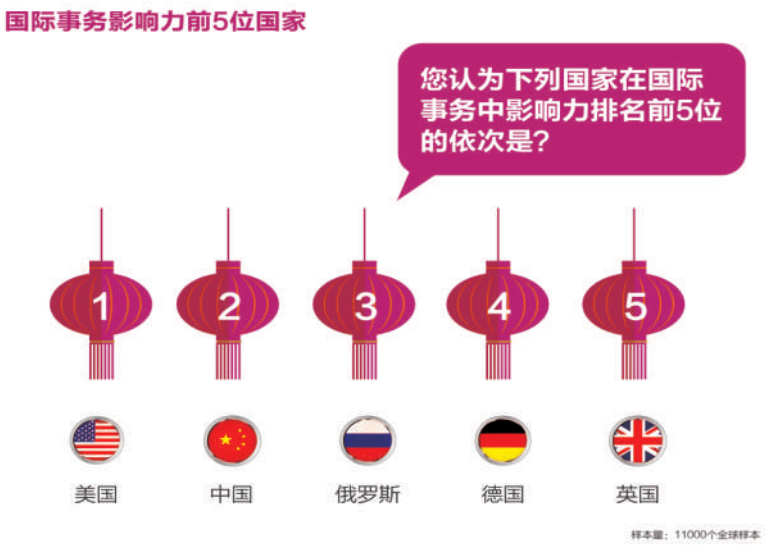


中国对国际事务的影响力在所有国家中位居第二

美国在国际事务中的影响力占据首位，中国位居第二，其后依次是俄罗斯、德国和英国。

影响力前3位的排名与2014年、2015年的调查结果一致，受访者眼中各国参与国际事务的表现没有显著变化。

国际事务影响力前5位国家

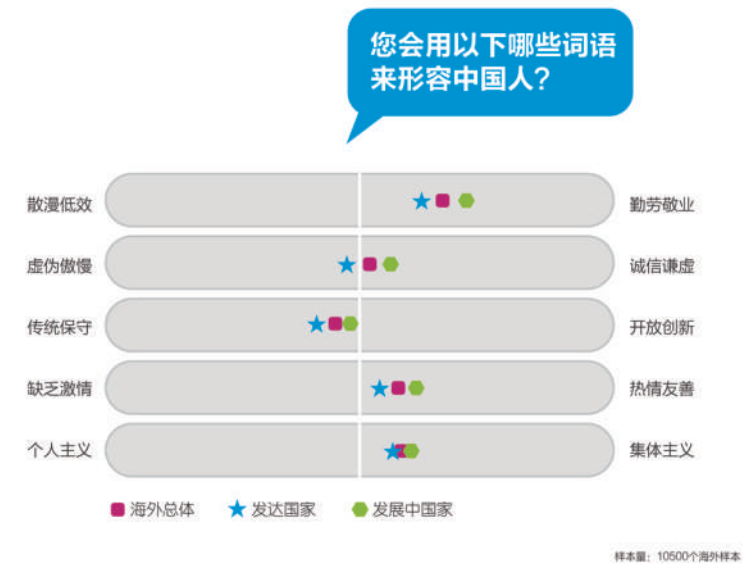


勤劳敬业仍是最突出的中国国民形象

海外受访者对中国国民的印象普遍积极正面。相较于发达国家而言，发展中国家对中国国民有更好的印象。

与2015年调查结果一致，认为中国国民勤劳敬业的海外受访者比例最高，其次是集体主义、热情友善和诚信谦虚。部分海外受访者尤其是发达国家受访者仍旧认为中国国民偏向传统保守，缺乏开放创新。

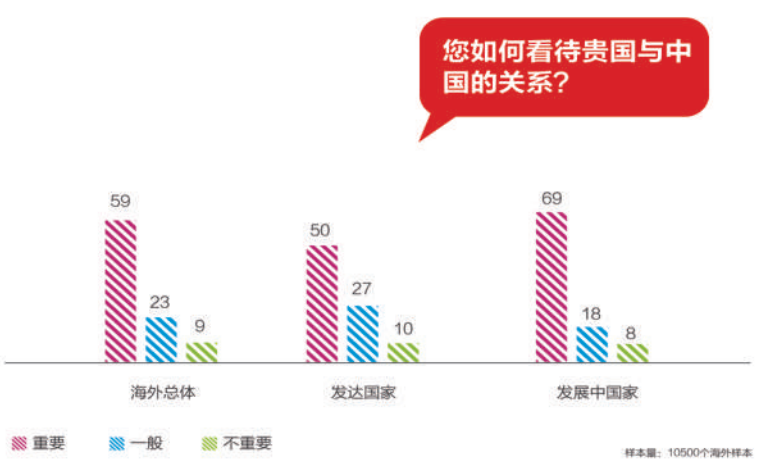
中国国民形象



发展中国家更为看重与中国的外交关系

海外受访者普遍看重与中国的外交关系并期待有更好的发展。相比较而言，发展中国家的态度明显比发达国家更积极。

与中国外交关系评价（单位%）

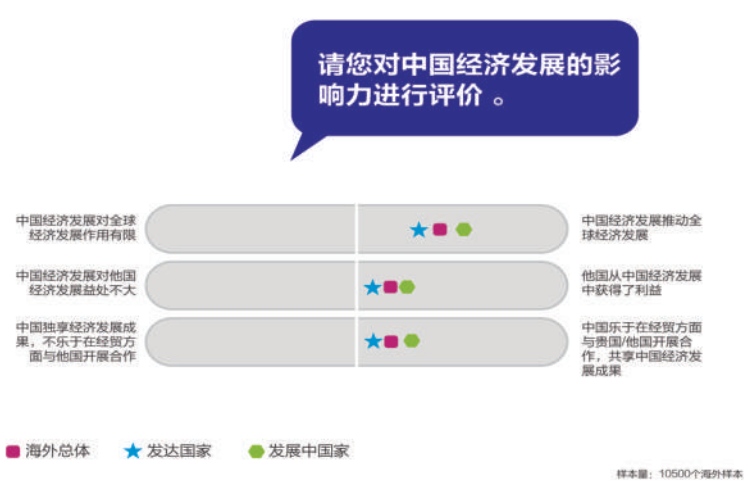


中国经济的国际影响力获得公认

在对各国经济影响力进行排名时，中国经济影响力排名仅次于美国，位居世界第二。

与2015年一致，海外受访者普遍认为，中国经济发展可以推动全球经济发展，中国乐于在经贸方面与他国开展合作，他们也从中国经济发展中获得了利益。相比发达国家，发展中国家对中国经济影响力的评价更为积极。

中国经济影响力评价

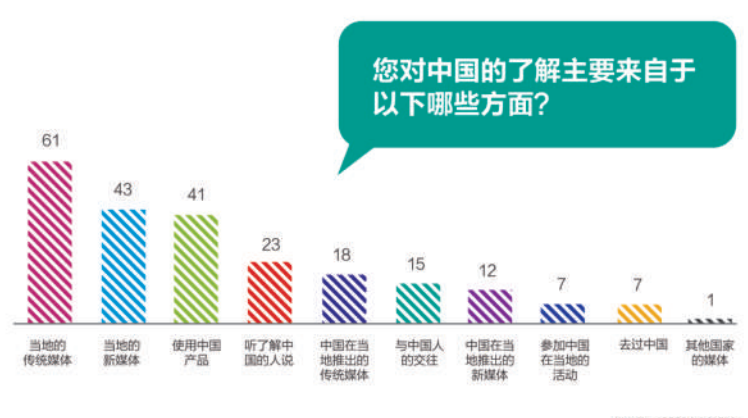


通过中国产品来了解中国的人群比重明显增加

与2015年一致，当地的传统媒体（61%）、新媒体（43%）和使用中国产品（41%）是最主要的中国信息了解渠道，尤其是使用中国产品的比重增加明显，同比增长6个百分点。

分年龄来看，海外年长群体倾向于传统媒体渠道，而年轻群体则更多通过新媒体获取中国信息。

了解中国的主要渠道（单位%）



社址：北京市西城区白纸坊东街2号　读者服务窗：dzzs@ced.com.cn　010-58393509　查号台：58392088　邮编：100054　传真：58392840　零售每份：1.00元　广告许可证：京西工商广登字20170090号　广告部：58392178　出版管理部：58393115　昨日（北京）开印时间：3:10　印完时间：4:35　本报印刷厂印刷