

中国社会科学院世界经济与政治研究所研究员、所长张宇燕：

心系国之强盛 民之富安

经济日报·中国经济网记者 徐惠喜 袁勇

经济界
名家

人物小传

张宇燕，中国社会科学院世界经济与政治研究所研究员、所长。中国世界经济学会会长、新兴经济体研究会会长。曾先后就读于北京大学和

中国社会科学院研究生院。主要研究领域包括国际政治经济学、制度经济学等，著有《经济发展与制度选择》《国际经济政治学》《美国经济论集》《中国的和平发展道路》等。

究有着千丝万缕的联系。“国家经济的长期增长问题与国际关系问题有着密切的联系。因为国际关系的核心是大国博弈，决定博弈结果的基础是国家经济实力，而国家经济的长期增长问题又涉及制度选择等问题。”张宇燕说。

张宇燕希望能够在国际问题研究领域作出一些理论贡献，“能不能建立起一个政治经济学理论框架来研究形形色色的国际问题？能不能提出一些可供检验的理论命题？”

在张宇燕看来，博弈论可以作为分析国际问题的思维逻辑。不同的国家有不同的诉求，最后要达成一致，就涉及偏好合成问题和集体行动问题。“在多边场合，各国都在为自身利益最大化讨价还价，同时各国也都明白，没有别国的合作自身利益也难以实现。这一现实为我们构建理论框架、促进共识形成、确立全球治理规则奠定了基础。”张宇燕说。

聚焦“中国主张”

近年来，中国逐渐走近世界舞台的中央，在纷繁复杂的国际关系中扮演起越来越重要的角色。国家主席习近平提出的一系列有关全球治理的“中国主张”引发了全球关注，这顺理成章地成为张宇燕的一个研究重点。

“‘一带一路’倡议和‘人类命运共同体’是我当前最关注的题目。‘一带一路’倡议是实现‘人类命运共同体’的重要手段，‘人类命运共同体’理念则是‘一带一路’倡议顺利推进的重要保障。”张宇燕说。

张宇燕认为，对于中国学者来说，在阐述和践行这些“中国主张”过程中有大量的工作可做。“‘一带一路’倡议对中国乃至世界的价值是什么？怎样推进？风险在哪里？面对一些对‘一带一路’的误解甚至恶意曲解，我们应该如何晓以大义，怎么讲好中国故事？这些都是我们学者要做的工作。”

随着中国综合国力日益强大，中国对世界的影响力也越来越大。张宇燕对如何认识中国的影响力有着自己独到的见解，“中国对世界的影响体现在物质层面、全球治理层面、货币层面和发展道路层面等四个方面”。

张宇燕认为，所谓的物质层面包括资源、基础设施、制造能力、科技

等。在物质方面中国崛起的速度很快，对世界的影响非常显著。“比如中国向世界出口了很多商品，已经连续多年成为世界第一大货物出口国，价值超过2万亿美元。一些国家针对我国屡屡实施贸易保护政策，这既出于偏见和短见，但从中也可以看出，这些国家感受到了中国崛起的影响。”张宇燕说，一国在世界上的影响力主要表现为能购买多少商品与服务。

规则制定是决定国际竞争胜负的一个重要因素。张宇燕乐意引用与博尔特赛跑来说明规则的重要性。“在现行规则下，一位理科大学生与牙买加飞人博尔特百米赛跑必输无疑。但如果规则改为在跑完50米后做两道数学题，裁判确认答对后继续跑，那么输的就很可能是博尔特。”张宇燕表示，以往的全球治理规则许多都是非中性的，也就是说对一些国家有利会对另一些国家不那么有利甚至有害。“国际规则是国家之间博弈的结果，最终取决于国家的综合国力。总体看，以美国为首的发达国家主导了战后国际秩序并成为这一秩序的最大受益者。改革开放后中国从适应规则到支持和维护规则，再到改进规则和完善规则，一直努力使其朝着更加公正的方向发展。在这个过程中，中国得到了多数国家的支持和响应。”

人民币国际化带来的影响，在张宇燕眼中举足轻重。他认为，美国凭借美元取得了货币霸权，可以少生产多消费，享受金额巨大的国际铸币税。一张100美元的纸币，其生产成本为6美分。美国“用一张特殊设计的纸，实现了全球消费，同时美国的金融危机也会迅速地危及世界”。随着中国影响力的提升，中国元纳入国际货币基金组织特别提款权货币篮子，成为了国际储备货币。伴随着中国经济实力的强大和人民币在国际市场的交易、结算和储备中地位的持续上升，国际货币体系多元化的趋势定会不断增强。

“第四个方面的影响力表现为价值理念，或者说是发展道路。中国强大了、成功了，很多国外人士开始讨论‘中国道路’或‘中国模式’。我们对道路的自信以及道德感召力，都体现了中国日益增强的软实力。”张宇燕说，“日裔美籍学者福山曾经提出过‘历史终结论’，认为西方的民主政治和市场经济是人类发展的重点和唯一方式。改革开放40年来，中国取得的成绩证明了这一学说是错误的，通向繁荣与稳

定不只有西方民主这一种方式。去年6月份，在非盟总部举行的中非减贫发展高端对话会上，几十个国家的代表人手一本习近平主席的《摆脱贫困》。非洲国家学习借鉴中国的减贫做法和经验，这就是中国道路影响力的体现”。

学以致用方得始终

在课堂上张宇燕经常这样告诫他的学生，我们日常的学习和思考需要有一个基本出发点或价值基础，那就是要思考和心系国家、民族和人类的安危与福祉。相对于个人层面的“义”而言，这是一种大“义”。作为个人，我们做人的底线是不能让这个国家因为我们的存在而变得更糟；作为中华民族的一员，我们的责任就是要为中华民族的伟大复兴尽绵薄之力。

从“李约瑟问题”到当代的“中国主张”和“中国影响”，张宇燕的研究一直具有强烈的现实意义和国家情怀。作为一位在国内具有相当影响力的国际政治经济学学者，他又是如何做到将自己的研究学以致用？

在张宇燕看来，要做到学以致用，首先要学，学是基础。所谓的学，包括学习的能力、学习的愿望等，有了学作为基础，才有可能去解决现实问题。

“国际问题研究与哲学社会科学的其他学科相比有自己的鲜明特点，其中特别突出的特点是国际问题研究的应用性成果，其‘使用者’或‘需求者’主要是政策制定者。要让自己的研究有价值，就必须以问题为导向。要找到‘真’问题或有意义的问题，一个恰当的出发点是要站在政府立场，解决现实问题。”张宇燕说。

“站在政府立场，解决现实问题”这个被一些人视为凯恩斯主义的基本立场，在张宇燕看来不无道理。“我们研究国际问题的学者，就是要想党和国家之所想，急党和国家之所急。只有这样，学和用才能互相推进。回顾一下思想史我们会发现，理论的进步大都与人们所处时代的重大问题息息相关。”当今世界面临的三大挑战，是和平赤字、发展赤字、治理赤字。如何弥合这三大赤字，如何成功应对这些挑战，便是我们这些国际问题研究者需要深入思考的重大现实问题。

思国之强盛民之富安者集大义。张宇燕的研究，重心始终于此。

焦点人物

不要老上这样的“头条”

李瞳

刚刚过完6周岁生日、登上2017中国独角兽企业榜单的今日头条，最近却被监管层和媒体频频点名。

就在此前，张一鸣还郑重其事地表示要履行好包括“正直向善”“担当责任”和“合作共赢”等在内的企业社会责任，并称“企业除了创造商业利润、解决就业、创造税收之外，还需要正直向善”。活声犹在，今日头条就因为社会责任问题陷入一连串丑闻漩涡之中。

3月29日，央视财经频道曝光了今日头条逃避监管刊发“二跳”虚假广告事件。报道称，今日头条在北京、上海、广州等大城市刊登广告时遵守了相关法规，但在二三线城市大量刊登违法广告。

4月4日，国家广播电视总局微信公众号发文称，严肃处理“今日头条”“快手”传播有违社会道德节目等问题，并约谈了“今日头条”“快手”两家网站主要负责人。

张一鸣屡次“上头条”引发舆论一片哗然。一方面，今日头条投放的虚假广告大部分涉及医疗药品领域，通过头条购买到的是假冒伪劣产品，给消费者带来的不仅是财产损失，更有可能耽误了治疗时间，贻误病情，甚至危及生命。另一方面，其欺骗消费者的行为，对自身的发展根基也造成了严重损害。在魏则西事件发生之后，张一鸣曾宣称今日头条不做医疗广告。但现实是今日头条一再出尔反尔，为虚假广告的传播推波助澜，又何谈信任二字。

虚假医疗广告会带来生理上的伤害，屡次发布触碰道德底线、不顾社会公德的信息，则会给用户带来深深的精神侵害，特别是对于没有鉴别能力的、是非观尚未成型的未成年人而言，其害尤甚。但在这方面，今日头条与其所宣称要承担的正直向善、责任担当相去甚远。

作为一家拥有逾两亿活跃用户，传闻中估值数百亿美元的互联网企业，不能一味追逐商业利润，还应该承担起更多的社会责任，积极利用互联网方便、迅速、精准等特点为用户提供有价值的内容和服务，成为好声音、正能量的搬运工。

思享汇

“同学借书”创始人、CEO 敖汉森：

有了用户，盈利是水到渠成的

本报记者 喻剑

行业介绍：

“同学借书”是一个基于班级、社区等熟人圈子的书籍共享平台。用户实名注册后，上传5本可供他人借阅的书籍资料后，就可免费从书库中借书。借阅申请将由系统发送给书籍“主人”，征得同意后便可完成线上操作。“同学借书”APP上线至今，用户数突破15万人，与全国3000多所中小学开展合作，共享图书超过100万本。

“同学借书”属于共享经济范畴内的共享书籍行业，其特点是线上线下结合，帮助用户扩大阅读范围，降低阅读成本，提升阅读效率，优化阅读管理。

创业心得：

1 对创业者而言，创业的初心和出发点非常关键。以“同学借书”为例，长时期以来无论是小学生还是大学生，其在学习中的阅读需求非常大，但由于缺少交流渠道，存在藏书重复率较高、资源浪费等情况。我们在创业之初就想着要解决这个问题，为学生搭建一个共享书籍的网络平台。另外，我国传统文化中有许多关于“借书阅读”的说法，比如“书非借不能读也”“独学而无友”，其实借书阅读在现代社会还是一种高效利用资源、节约成本、保护环境的做法。

2 自信，是创业者在创业过程中必不可少的心态。同时，为用户创造价值，受到用户的认可和赞赏，才会在创业过程中不断累积并建立自信。我们在创业初期，就遇到了缺乏资金和人才的困境，但创始团队通过利用业余时间开发等举措，尽可能降低成本，顽强扛过了最困难时期，建立了“我们能行”的信念，并于去年顺利拿到了种子轮融资。

3 共享经济主要突出的就是“共建共治共享”属性，创业者尤其要注意提升用户参与感，激发用户创造力。例如，“同学借书”平台有针对借书行为的评价功能，书籍“主人”可对上一次借书用户爱惜程度、使用情况评分，久而久之，用户分数会成为书籍“主人”同意借阅的主要参考。同时，不少教师还将“同学借书”用作学生阅读教学管理的工具，通过参考借阅历史、评论反馈等数据，优化学生的阅读教学。

4 在创业初期，创业者要努力建立起一套行之有效的传播渠道。在用户拓展和增加平台流量上，一方面应多管齐下，另一方面要找准抓手。除了APP，还可以通过开发微信公众号、小程序分享等新型传播渠道来增加自身影响力，推进线上线下用户的引流。

5 想要进入共享经济领域的创业者要明确认识到，共享经济本质上是体验经济和注意力经济，当产品有特定群体的活跃用户之后，发挥线上线下优势，实现收支平衡直至盈利是水到渠成的。可以说，活跃用户才是共享经济最为重要的核心之一。作为一个服务型的共享平台，以用户体验为中心，继续完善功能、优化服务，是未来发展方向。比如，前不久我们就与一些学校的图书馆合作，推出了图书馆付费借书服务，进一步拓展了服务范围和功能。

本版编辑 胡文鹏

联系邮箱 jrbw@163.com

拓拉思创始人兼CEO 傅于峰：

电子商务：从卖五金到卖机床

本报记者 李彦臻

吧业及连锁旅店行业，然而生意却一直不温不火。在他最艰难的日子里，甚至不得不卖掉全部资产，以维持公司的运营。即便如此，他的创业决心从未动摇。

傅于峰挺过了最艰难的时刻，新的契机也出现了。1999年，傅于峰第一次听说某知名搜索网站的Keywords推广，这也是他首次深入了解电子商务领域。

在网上卖东西？在那个Amazon、eBay都只是草创公司的年代，傅于峰敏锐地察觉到：这或许是打开美国市场的宝贵机会。基于在国内积累了关于五金业、房地产方面的创业经验，他创立了一家新公司，开始运营专门销售五金产品的网站。

2002年，一个在国内生产金属加工机械的朋友，借着去纽约参加展会的机会，拜访了傅于峰。参展，是当时中国工业装备厂商拓展美国市场的最主要方式，但傅于峰的这位朋友却连续几年都没有拿下一个订单。

看到傅于峰的五金电商做得不错，这位朋友提议，把自己带到美国参展的车床“样机”，放到傅于峰的网站上去卖，看“卖不掉就算了”。几千美元一台的

车床，也可以在网上卖掉吗？傅于峰坦言，当时虽然他的五金电商生意已经上了正轨，但对于网络销售高货值的车床，他还是很有疑虑的。与五金产品不同，车床是典型的B2B生意，主要客户是美国工厂，它们对售后服务的要求远远高于个人消费者。

不过，“试试看”却取得了意外的惊喜。不到1个月，傅于峰就在美国卖出了他的第一台车床，3000多美元的销售额，相当于几百个五金产品订单。这次偶然但是却成功的尝试，为傅于峰打开了一个全新的视野，一个把网站的日销售额从几百美元扩大至几千美元甚至几万美元的机会。

此后，傅于峰立刻开设了一个名为“Bolton Tools”的新网站，专门销售金属加工机械。2015年10月份，以Bolton Tools为基础，傅于峰在美国创立了跨境电商平台“拓拉思”(Toolots)。“将美国市场积累的产品开发能力、营销推广经验、美国客户资源、物流仓储方案、售后服务体系，共享给中国的工业装备制造企业，帮助它们绕开中间环节，通过互联网直达美国终端客户，从而提升整个中国工业装备外贸产业链的效率”是拓拉思创立的初衷。

在傅于峰看来，这是一个顺应潮流的决定。一方面，中国工业装备的外贸模式仍相当传统，亟需提升整个产业链的效率；另一方面，互联网对传统产业的改造正在不断兴起，堪称电商领域的“新蓝海”。

目前，因为“不了解美国市场的标准和需求，建立自己的营销网络能力尚不具备，无法实现产品在国外的仓储和线下展示，也无法在当地提供成熟的售后服务”，中国工业装备制造企业想要进入美国市场，仍依赖多层次的外贸中间商。结果，企业既无法获得应有的利润，也不能输出自主品牌，更无法与终端客户直接互动。

“在拓拉思平台上，制造企业可以共享到我们多年积累的资源和能力，并且成本极低。我们用近20年走过的路，中国工业装备制造企业可以用一到两年甚至更短的时间就走完。”傅于峰说，“未来，在我们的资源和能力支持下，任何一家中国工业装备制造企业，只要产品过硬，都同样可以在美国市场实现百万美元、千万美元甚至更高的销售额。中国的工业装备制造厂商和美国的终端客户，都将从中受益”。

361行

行业介绍

跨境电子商务是指分属不同关境的交易主体，通过电子商务平台达成交易、支付结算，并通过跨境物流送达商品、完成交易的一种国际商业活动。

在工业装备领域坚守近20年，拓拉思创始人兼CEO傅于峰终于站上“风口”：聚焦6400亿美元美国工业装备市场，打造一个“从中国原厂家直达美国终端用户(M2U)”的垂直跨境电商平台。

上世纪90年代中期，傅于峰开始了自己的创业之旅，涉足过超市业、酒