

# 沙学文：将“中国梦”注入“中国制造”

2013-05-15 02:36 环球时报

当中国国内上下在为“中国梦”展开讨论之际，在世界其他角落，越来越多的国家开始表达对中国的梦想幻灭。在一些地方，这一情绪导致中国公司的重大项目损失。从缅甸到尼日利亚，再到赞比亚和肯尼亚，一些国家的政府开始对中国说不。

西方指责中国在非洲实施新殖民主义明显带有无知和反华偏见。殖民主义曾帮助西方创造市场，并为全球许多地区洗脑，让其接受西方优越性的概念。殖民主义从根本上说是精神占领，它从未停止过。当殖民国家的军队撤离后，他们留下了对西方观念和产品无所不在、根深蒂固的敬畏。现在，一些非洲国家愈发与自己的前殖民者拥有相同的反华情绪，说着相同的批评语言。他们乐于拿走中国的钱和廉价商品，同时接纳西方观念和思想，甚至包括反华情绪。

当非西方居民购买普拉达或迪奥等品牌产品时，他们其实是在购买一个构建在“西方至上论”基础上的美丽梦想。这是地球上最强大的品牌。在中国提出全球观念而不只是产品之前，西方观念依然在这个世界中占据支配地位。在此之前，处于危险之中的是中国。

中国从不关心去改变外国人的信仰。中国凭借廉价产品深入非洲和亚洲国家，但缺乏适合于出口的观念来作为这些产品的支撑。这便是为何反华情绪会在赞比亚、缅甸等中国以前的盟友中出现的原因。

中国长期执行不干涉原则，一直小心翼翼。事实上，当你的经济规模庞大如斯之时，无论你愿意与否，中国其实已经干涉到其他经济体和数十亿外国人的生活。如果你不这么想，便是自欺欺人。中国为外国人提供衣服，用电器将他们的家中填满。在这等亲密程度之下，这些外国人有权利询问中国是否有观念或梦想与他们共享，中国出口的所有产品是否是一个庞大梦想的一部分。当他们未能得到答案时，他们就会失望，幻想破灭。

世界其他角落的外国人都有这种想法：“对中国人来说，做他们销售产品和赚钱的对象，这是否就是我的全部意义？”人都是空虚的，他们希望自己对你足够重要，值得你去转变和拉拢。他们希望中国能让他们感到自己被需要，与他们分享梦想。他们希望中国能让他们感到，中国并不是为了钱才追求他们，即便事实真的如此。而现实中，他们却感到中国躲在“双赢、互利”的口号背后。中国的谨慎拒绝了朋友。中国援建公路和医院，但人们还需要引导和鼓舞。中国品牌的缺失并不令人奇怪。品牌的核心在于观念和希望，中国并没有向世界提供这二者。因此，非洲和亚洲宁愿购买西方希望，无论它有多么地不真诚，但至少它是存在的。

中国宣扬自己从不殖民他国，这没有错。但这也是一大弱点，因为世界从未熟知中国的观念。仅凭孔子学院，中国没有机会对抗西方思想武器库。看看一些国家轻易回归西方观念就知道了。有多少中国女性梦想拥有普拉达手袋？有多少美国人梦想拥有李宁牌运动鞋？你会做这道算术题。

缺乏全球梦想正在破坏中国 40 年来的艰苦努力和发展成就。中国未来发展不再仅仅依赖自身，愈发需要其他国家合作并且接纳其世界观。中国在海外越胆怯，外国人和外国政府猜忌就会越深。我认为，中国应该大胆向海外传播自己的观念，让外国人皈依“中国梦”。这并不意味中国会变成西方。中国出口的观念必定是中国式的，其中一定包括吸引外国人的地方。它必须是鼓舞人心的、积极向上的；它必须是破坏性的，能够以聪明、出人意料的方式对现有观念形成挑战。中国是时候用中国梦前进了。