

“一带一路”工程科技人文交流的基本内涵与企业参与现状

姚威¹, 胡顺顺¹, 牛丰²

(1. 浙江大学中国科教战略研究院, 杭州 310058; 2. 中国国家铁路集团有限公司, 北京 100844)

摘要: 本文从工程科技人文交流的内涵以及企业参与工程科技人文交流的重要意义出发, 认为“一带一路”重点建设企业的工程科技人文交流主要通过自发组织中外员工互派、开展中外文化交流、实施公益活动等方式实现。但是, 仍然存在未形成常态化可持续的工程科技人文交流合作机制、多主体平台间未形成有效互动等问题。为此, 本文提出了建立多主体广泛参与的双边及多边混合交流机制、整合多主体间的平台资源并加强中国工程标准对外宣传、完善内部工程标准体系等建议, 以期为促进我国企业深度参与“一带一路”工程科技人文交流提供借鉴。

关键词: “一带一路”; 人文交流; 工程科技; 企业

中图分类号: F125; G125 **文献标识码:** A

People-to-People and Cultural Exchanges in Engineering Technology along the Belt and Road and Status Quo of Enterprises Participation

Yao Wei¹, Hu Shunshun¹, Niu Feng²

(1. Institute of China's Science, Technology and Education Policy, Zhejiang University, Hangzhou 310058, China;
2. China State Railway Group Co., Ltd., Beijing 100844, China)

Abstract: This paper first introduces the connotation of people-to-people and cultural exchanges in the engineering technology field and the significance of enterprises participation, then sorts out that the status quo of participation of key enterprises along the Belt and Road is mainly realized by organizing Chinese and foreign employees to exchange, carrying out Chinese and foreign cultural exchange and implementing public welfare activities. However, there are still some problems, such as the failure to form a regular and sustainable mechanism of the people-to-people and cultural exchanges in the engineering technology field, and the failure to effectively interact among multi-agents' platforms. Therefore, we propose suggestions that forming a bilateral and multilateral mixed exchange mechanism with government-led and multi-agents participation, integrating platform resources among Multi-Agents, strengthening the publicity of China's engineering standards and improving the internal system of engineering standards. So as to provide reference for promoting Chinese enterprises to deepen the participation in the people-to-people and cultural exchanges in engineering technology along the Belt and Road.

Keywords: the Belt and Road; people-to-people and cultural exchanges; engineering science and technology; enterprises

收稿日期: 2019-05-22; 修回日期: 2019-06-16

通讯作者: 姚威, 浙江大学中国科教战略研究院副研究员, 研究方向为科教战略及工程创造力等; E-mail: ywzju@126.com

资助项目: 中国工程院咨询项目“工程科技支撑‘一带一路’建设战略研究”(2017-ZD-15)

本刊网址: www.engineering.org.cn/ch/journal/sscae

一、前言

互联互通、产能合作和人文交流是中国与沿线国家或地区共建“一带一路”的三大支柱。其中，基础设施的互联互通是“一带一路”建设的优先领域，它包括公路、铁路、港口以及油气管道等基础工程。“一带一路”倡议提出四年来，中国企业参与“一带一路”建设的热情持续高涨，从开展工程项目建设，到进行跨国投资和并购，企业走向“一带一路”的步伐不断加快。2017年我国企业在“一带一路”沿线的61个国家新签对外承包工程项目合同7217份，新签合同额1443.2亿美元，占同期我国对外承包工程新签合同额的54.4%，同比增长14.5%；完成营业额855.3亿美元，占同期总额的50.7%，同比增长12.6%。但是，这一成就的取得并非一帆风顺，从早前的缅甸密松水电站项目搁浅至今到最近的马来西亚高铁项目被延期，中国工程的海外之路阻力重重，而人文因素是其中最根本的阻力之一。

人文交流是深化国际关系的“基础设施”，是推进民间友好的“民心工程”[1]，是连接各国人民全面深入对话的重要桥梁。习近平总书记于2017年7月在中央全面深化改革领导小组第三十七次会议上强调，要将人文交流理念贯彻到对外交往的各个领域。工程科技作为推进“一带一路”基础设施互联互通的智力基础，应该探索将人文交流理念贯彻其中，塑造区域工程科技认同、标准认同，推动树立国家品牌和形象，最终得到区域政治合法性的支持。

二、“一带一路”工程科技人文交流的基本内涵

工程科技是科学技术的重要组成部分，是人类认识自然和利用自然、适应自然实践活动的科学技术，是与经济社会联系最紧密，对其作用最直接、效果最明显的科学技术，是科学技术向现实生产力转化过程的关键环节[2]。

工程科技人文交流是工程科技中的价值观等思想内容的交流。工程活动作为人类开发利用自然和改造自然的创新过程，既具有自然属性也同时具有社会属性，反映着人的目的和价值诉求[3]。人在

工程实践的过程中，不仅改造着客观世界，也改造关于人自身的主观世界，故工程既反映了人的主观能动性，也反映了客观规律，是二者统一的产物。随着人类工程科技的不断发展，现代工程的人文价值已经逐渐开始超越其工具理性价值[4]。工程要做的事来自这个现实世界，来自它的环境，同时使它增加了价值。如果不能增加价值，工程就毫无意义[5]。因此，不同环境（经济、政治和社会环境）下的人会对工程科技产生不同的价值追求，工程科技人文交流的直接目的就是减少或消除不同工程科技价值观之间的隔阂。

研究认为，工程科技人文交流是指人类在改造或创造事物过程中不同科技知识和价值观等内容的交流过程。“一带一路”工程科技人文交流一般包含工程科技领域内的人员、思想和文化三个层面的交流，其目的是通过增进中国与“一带一路”沿线各国人民之间的相互认识与了解，减少或消除不同国家间工程科技思想隔阂，确保工程项目的顺利实施，进而塑造区域文化认同、价值认同以及（对中国）国家形象和品牌的认同，最后达成对推进“一带一路”倡议合法性的支持。

综上，“一带一路”工程科技人文交流应包含人员交流、思想交流和文化交流三个基本要素，三者相互交融，相互补充。人员交流作为工程科技人文交流的基础，存在不同的人员结构，包括政府人员、企业人员、社会人员等。而不同的人员结构决定了工程科技人文交流的内容和性质不同。企业作为“一带一路”工程科技人文交流的直接受益者，是本文重点考察的对象。

三、企业参与“一带一路”工程科技人文交流的意义

推进“一带一路”建设，企业是最重要的主体，是人文交流的最直接受益者。

（一）企业参与“一带一路”工程科技人文交流是公共外交的重要内容

企业在进行跨国业务时，就是具有国际影响力的组织机构，可以达到公共外交的效果[6]。工程科技领域的企业在参与“一带一路”工程科技人文交流的过程中，不仅承担着“民心相通”的公共外

交职责,还承担着“互联互通”的建设任务。任何一种愿景的实现、一种伟业的开展,都需要参与各方在情感上相敬相亲。因此,企业不仅要有扎实的工程科技能力,还要积极参与到工程科技人文交流中去,通过参与工程科技人文交流改变国际公众对中国工程企业和中国工程科技的形象定位,以获得国际社会的广泛认同,进而获得该国国家利益的理解以及政策的支持。

（二）企业在“一带一路”沿线国家的生存和发展需要工程科技人文交流

跨国企业作为经济活动的基本主体之一,经常成为西方舆论对中国不实指责的最直接受害者。总体上中国企业“走出去”还处于初级阶段,虽然有成绩,但对国际市场的通行惯例和规则没有深入的了解,仍不善于与当地政府进行对话以寻求支持 [7]。甚至在西方霸权下,中国企业在一些海外市场被贴上了“新殖民主义”的标签,严重影响了企业海外业务的正常开展 [8]。从企业实力上来说,中国企业通过多年的积累和研发,依靠国家工程科技的不断发展,已经掌握或创造了众多先进的具有自主知识产权的工程科技知识,在海外工程投标中,有极大的竞争力。为了企业和工程技术能够“走出去”并且“站得稳”,就需要工程科技人文交流的助力。

（三）企业参与工程科技人文交流是讲好“中国故事”的内在要求

习近平总书记在全国宣传思想工作会议中指出:“讲好中国故事,传播好中国声音”在国际社会中的华人、中国企业等都是讲好“中国故事”的主体。在世界各地快速成长的中国企业,在国际舞台的聚光灯下,正在成为世界所关注的“中国故事”的重要素材 [6]。企业在跨国经营中的“好故事”,需要企业通过人文交流的方式表达出来且传出去。工程科技领域的企业所经营的项目多涉及能源、基础设施、科学技术等敏感领域,在中国原本就被西方施以“新殖民主义”的劣势情况下,很容易就被误解和抵制。面对这种负面态度,需要企业积极参与工程科技人文交流,讲好“中国故事”,提高企业形象和国家形象,最终获得区域政治和人民的支持。

四、企业参与“一带一路”工程科技人文交流的现状

基于对 11 家“一带一路”重点建设企业的调研分析,本文梳理了企业参与“一带一路”工程科技人文交流的现状。这 11 家企业是中国土木工程集团有限公司、中铁国际集团有限公司、中国路桥工程有限责任公司、中国中车股份有限公司、中国中铁股份有限公司、中国石油天然气集团有限公司、中国银联股份有限公司、中兴通讯股份有限公司、浪潮电子信息产业股份有限公司、中国移动通信集团有限公司以及海尔集团。

调研采用的是质性研究方法中的焦点团体讨论法,通过邀请上述 11 家企业相关负责人进行发言和讨论,聚焦“‘一带一路’工程科技人才培养与人文交流的现状与问题”进行团体讨论之后再将资料整理归类。其中,“人才培养”部分的内容较丰富,适合使用扎根理论进行分析 [9],而“人文交流”部分的内容更适合使用归纳分析。

（一）自发组织中外员工互派,促进人员交流

人文交流的重要内容之一就是加强人员之间的沟通与交流,这也是公共外交的重要手段。被调研的 11 家企业,都有不同数量的人员交流项目,以中国土木工程集团有限公司为例,他们十分注重属地化建设,对当地员工进行技术知识与中国文化培训,分批次安排当地的管理人员赴中国开展专业培训,培训期间除学习管理知识以外,还会组织他们参观中国发展较成熟且发展成就比较大的地区,使其深入了解中国的工程科技发展水平,增强与中国进行人文交流的意愿,使其减少对工程科技建设的顾虑,更愿意接受中国工程科技标准。企业也会通过商务部组织的各类援外培训,把当地员工送到中国进行培训和交流,培训和交流的内容包括财务管理、商贸管理、商业文化融合及民族文化融合等。

在国外工作的中国员工是中外人文交流的纽带,他们需要懂外语并且懂得当地的文化习俗,与当地员工和人民的交流是必不可少的。如中兴通讯股份有限公司为了加强中方员工与外籍员工的彼此了解,通过开展汉语桥、开放日等活动加强人员交流与沟通,促进双方人员的彼此了解,使公司业务

顺利开展。中国石油天然气集团有限公司对管理层有更高的要求，他们要求中高层的中方员工，包括中方项目总经理都能实现在英语无翻译的情况下交流，跟当地谈判沟通和外方社会组织的沟通，保证所有中高层管理人员在无翻译情况下独立完成交流活动。

（二）积极开展中外文化交流活动，增进文化互通

广泛开展文化交流活动，能够促进外方了解中国文化，也可以通过活动学习外方文化，进一步消除误解和隔阂，从而促进工程项目的稳步实施。在开展文化活动方面，被调研企业的普遍做法是举办中国传统节日的集体活动，组织中外员工一起观看中国电影等，一方面能够增强中方员工对祖国的归属感，另一方面也宣传了中国文化，加深外方人员对中国文化的了解。

在文化交流活动中，有些企业有一些独特的做法，如中国铁路集团有限公司还通过举办国际展会的方式，推广中国高铁工程技术。该公司在泰国、马来西亚以及新加坡等地的中心地带，如中央火车站等地，开展展览活动，长期讲解和介绍中国高铁的情况，为增加外方对我国高铁技术的了解起到了显著的效果。浪潮电子信息产业股份有限公司和海尔集团则通过举办全球性的工程科技大赛或研讨会，主动搭建不同国家工程科技人员的交流平台，如浪潮电子信息产业股份有限公司连续举办国际性的 ASC 超算大赛，举办了首届浪潮分析师大会，吸引了美国和亚太地区分析师 30 多人参加了交流大会。海尔集团举办了中德智能制造高端研修班，通过该平台海尔重点推介了其大规模定制模式，也学习了德国的“工业 4.0”新动向。

在参与外方文化活动方面，中国中铁股份有限公司会鼓励中方员工积极参加外方的文体活动，如足球赛、羽毛球赛等。公司通过鼓励员工参加该类活动，促进中方员工感受外方文化，增强思想交流，加深互相理解，从而减少工程实施和科技推广中的矛盾。

（三）实施公益活动，塑造中国企业的良好形象

公益活动对于跨国企业而言，不仅是对企业本身的考量，还要上升到国家和民族的高度 [10]。在

国际贸易中，国家品牌与企业品牌紧密相关、相互影响。如果企业在海外不能很好地承担经济和社会责任，则很有可能影响外交关系，甚至有可能造成外交危机 [8]。受访企业在海外项目人员都在努力塑造中国企业形象。如中国土木工程集团有限公司和中国路桥工程有限责任公司明确表示，其在外项目人员都会配合当地社区进行公益活动，如建设公共活动场所、体育设施，修建学校和医院，必要时还会参与当地的抢险救灾活动等，很好地塑造了中国企业形象，得到了外方政府和人民的一致认可。除此之外，中国路桥工程有限责任公司还全资资助来华留学生累计 300 余名，并积极组织毕业留学生校友会活动，为企业海外品牌形象塑造和业务往来带来了积极影响。总体来看，企业已经意识到社会责任对于海外业务的重要性。

（四）主动学习当地宗教文化、法律法规和商务规则，打破思想屏障

从企业进入国外市场的那一刻，就会开始面临各种不同于中国的法律法规、宗教文化以及商务规则，遵守这些规则是一个“全球企业公民”应尽的责任。受访企业都有一定的海外业务运营经验，在开拓国际市场时，都会主动学习当地的宗教文化、法律法规和商务规则，有些还建立了弹性工作制度与薪酬体系。比如中国移动通信集团公司和中国土木工程集团有限公司通过大量雇佣当地员工管理当地员工，为其设置弹性工作时间，在安排工期过程中考虑到当地员工的宗教信仰，合理地安排工时，有效地减少了管理矛盾。浪潮电子信息产业股份有限公司表示，其在早期开拓市场时，因不熟悉当地的用人制度，导致开拓成本和用工成本很高，甚至租房等问题都增加了大量成本。现在这些企业都已经拥有国际业务的运作经验，都会对员工进行文化培训，有意加强跨文化管理与人文交流，以协助工程项目成功实施。

五、企业参与“一带一路”工程科技人文交流存在的问题

（一）未形成常态化可持续的工程科技人文交流合作机制

在主体上，合作以政府为主导，民间参与度

低。在政府层面,由于“一带一路”沿线国家众多,包含东西不同文明,地理跨度极大,尚未形成全面的定期双边或多边领导人会晤,没有定期举办工程科技人文交流高级别会议,因此政府宏观层面的交流活动受限。而在民间层面,也同样存在机制问题,主要表现在缺乏常态化的智库研讨会、民间团体访问等。在交流渠道上,也没有形成多层次、多样化的,涵盖诸多领域的多元沟通和交流方式。

(二) 多主体平台间未形成有效互动

工程科技人文交流的平台较少,是受访企业反映最多的一个问题。但是,笔者研究发现,政府、高校和一些非政府组织针对“一带一路”建立了很多交流平台。据不完全统计,目前以高校和科研机构为主发起成立的“一带一路”工程科技相关领域的联盟就超过 20 个,基本涉及了工程科技的多数领域,但参与上述联盟的企业则寥寥无几;另一方面,在我国工程科技快速发展的过程中,不断对工程人才培养提出了更高的要求,现有的工程科技人才职业能力与市场需求的确实有不匹配的地方,尤其是在国际视野、全球胜任力等方面亟待加强 [11]。可是,由于信息不对称,多主体平台间未形成有效互动,搭建平台的作用没有充分发挥。

(三) 企业推广中国工程标准乏力

企业在参与“一带一路”工程科技人文交流中,所面临的最大问题就是中国工程标准的推广较难。这主要是因为,欧美等发达国家在长期的经济发展中,已经凭借强大的综合国力以及其技术标准语言使用范围宽广的优势,深深地影响着发展中国家的技术标准,特别是美标、欧标等已经成为业主优先选择的工程建设标准 [12]。甚至,一些项目所在国经手人员普遍接受西方教育,也倾向于采用欧美标准 [13]。由于中国工程技术标准国际化程度低,尚未大批量推出能够让国际社会轻松读懂的英文版,在国际上没有被广泛接受;另一方面,文化与语言差异、复合型人才缺乏等原因,使得中国的企业在工程设计、咨询、管理等项目实施各方面的国际竞争力均显薄弱,国际市场占有率低 [14]。

六、“一带一路”背景下工程科技人文交流的改进对策

(一) 形成以政府为主导,多主体广泛参与的双边及多边混合交流机制

制度的保障是机制形成与建立的必要基石,机制若要建立和发挥相应的作用,只有在完善的制度之下才能实现。故此,政府在工程科技人文交流机制的建立中,应该发挥主导作用,积极建立制度保障。

当前,中国与周边人文交流在机制建设、资金投入、领域拓展等方面取得了突飞猛进的发展,但仍然存在交流主体与对象错位或不全、人员与财政投入不足等问题 [15]。截至 2017 年 9 月,我国已与 74 个国家和国际组织签署“一带一路”合作文件,涉及战略和政策对接、经贸合作、科教文卫、标准互认等各种内容。工程科技的人文交流涉及内容复杂多样,可以说包含了合作文件中的所有领域,既需要战略政策对接,也需要经贸合作、科教合作以及标准互认等保驾护航。因此,政府应该继续发挥对国际间人文交流的主导作用,并结合工程科技特点,打造“一带一路”工程科技人文交流特色机制。此外,“一带一路”沿线涉及国家众多,文化差异大,政治环境复杂,全面建立双边交流机制需要长时间的积累。因此,应充分发挥多边交流机制的作用,与双边交流机制相互配合,共同为“一带一路”工程科技人文交流助力。

(二) 整合多主体间的平台资源

多样化的人文交流平台可以发挥政府、高校和非政府组织等多个主体的合力,共同推进“一带一路”工程科技人文交流。目前的交流平台缺乏有效的整合管理,平台各自为政,没有充分发挥合力作用。建议政府侧应在整合多主体间平台资源时,发挥主导作用。政府要向社会提供已有的交流平台目录,帮助企业了解已有的交流合作平台,从而克服信息不对称带来的交流问题。与此同时,政府也要主动搭建交流平台。高校作为重要的智库和人才培养机构,要主动融入人文交流的任务中去。企业侧要根据实际需求,主动寻找或自主搭建与不同主体间的交流平台,积极利用外部智力资源,实现多方

人文交流与学习。非政府组织也应发挥协调作用，成为整合各主体平台之间的中介力量。

(三) 加强中国工程标准对外宣传，完善工程标准内部体系

努力实现标准的国际化，让中国标准走向世界，这是塑造国家形象、提高国际话语权的重要抓手。推动中国标准在国际舞台上不断发声，将极大地提升我国的国家形象和国际话语权，进一步提升我国的国际地位 [16]。破除欧美国家长期占领的工程标准市场，需要政府从国家层面对中国工程标准和工程文化进行宣传。虽然，我国已连续两次发布《标准联通共建“一带一路”行动计划（2018—2020年）》。但是，时至今日，中国标准“走出去”仍然存在国内准备不足、国际水土不服等问题 [17]。因此，在国家层面仍然要加强对中国工程文化的宣传，进一步推动中国标准从内到外的建设工作。具体来说，其一，可以通过“上海合作组织”“中国—东盟自由贸易区协定”的会议，为中国工程标准发声，宣传中国工程文化；其二，可以在对外援助中，优先与一些接受中国工程标准的国家（或地区）进行重点合作，甚至可以给予一定的资金与项目支持；其三，继续推动中国标准的官方翻译及出版工作，助力中国标准外文版全面化和体系化 [16]。企业推广中国工程标准乏力除了国家宣传不到位以外，中国工程标准本身系统化程度不高，原理性解释简略也是重要原因 [18]。因此，中国工程标准仍需加强内涵建设，完善中国工程标准体系。

参考文献

- [1] 邹磊. “一带一路”国际合作推动构建人类命运共同体 [N]. 学习时报, 2018-06-25(02).
Zou L. “The Belt and Road” international cooperation promotes the construction of human destiny community [N]. Study Times, 2018-06-25(02).
- [2] 中国工程科技中长期发展战略研究项目组. 中国工程科技中长期发展战略研究(综合报告摘要) [N]. 科技日报, 2012-12-26(08).
Project Group of China Engineering Science and Technology Medium and Long Term Development Strategy Research. Study on the medium and long term development strategy of engineering science and technology in China (Summary of comprehensive report) [N]. Science and Technology Daily, 2012-12-26(08).
- [3] 段新明. 工程哲学视野下的工程教育 [J]. 高等工程教育研究, 2007 (1): 28–31.
Duan X M. Engineering education in the view of engineering philosophy [J]. Research in Higher Education of Engineering, 2007 (1): 28–31.
- [4] 黄正荣. 工程哲学的研究对象、内容及其学科意义 [J]. 重庆理工大学学报(社会科学), 2010, 24(7): 88–103.
Huang Z R. Discussions on Schopenhauer’s sympathetic view [J]. Journal of Chongqing University of Technology (Social Science), 2010, 24(7): 88–103.
- [5] 王沛民. 工程师的形成 [M]. 杭州: 浙江大学出版社, 1989.
Wang P M. Formation of engineers [M]. Hangzhou: Zhejiang University Press, 1989.
- [6] 赵启正. 跨国经营公共外交十讲 [M]. 北京: 新世界出版社, 2014.
Zhao Q Z. Ten Lectures on public diplomacy in transnational business [M]. Beijing: New World Press, 2014.
- [7] 李志永. 企业公共外交的价值、路径与限度 [J]. 世界经济与政治, 2012 (12): 98–114.
Li Z Y. Values, approaches and limitations of enterprise public diplomacy [J]. World Economics and Politics, 2012 (12): 98–114.
- [8] 周鑫宇, 孟超. 跨国企业的海外文化传播 [J]. 对外传播, 2012 (3): 13–14.
Zhou X Y, Meng C. Overseas cultural communication of multinational enterprises [J]. International Communications, 2012 (3): 13–14.
- [9] 姚威, 储昭卫, 胡顺顺. 面向“一带一路”的中国工程人才全球胜任力研究——基于扎根理论的探索 [J]. 重庆高教研究, 2019, 7(2): 42–52.
Yao W, Chu Z W, Hu S S. Global competence of Chinese engineering talents for the “Belt and Road” Initiative: An exploratory study based on grounded theory [J]. Chongqing Higher Education Research, 2019, 7(2): 42–52.
- [10] 曹艳春. “一带一路”建设中的跨文化管理 [J]. 企业管理, 2018 (6): 74–75.
Cao Y C. Cross cultural management in the construction of “The Belt and Road” [J]. Enterprise Management, 2018 (6): 74–75.
- [11] 李拓宇, 李飞, 陆国栋. 面向“中国制造2025”的工程科技人才培养质量提升路径探析 [J]. 高等工程教育研究, 2015 (6): 17–23.
Li T Y, Li F, Lu G D. On improving the quality of engineering technology talents cultivation in terms of the “Made in China 2025” plan [J]. Research in Higher Education of Engineering, 2015 (6): 17–23.
- [12] 孙利国, 杨秋波, 任远. 中国工程建设标准“走出去”发展战略 [J]. 国际经济合作, 2011 (8): 56–59.
Sun L G, Yang Q B, Ren Y. Development strategy of “go global” of China’s engineering construction standards [J]. Journal of International Economic Cooperation, 2011 (8): 56–59.
- [13] 王立非, 蒙永业. 论实施中国标准“走出去”战略的语言服务路径 [J]. 中国标准化, 2016 (3): 34–39.
Wang L F, Meng Y Y. On the language service path of implementing China’s standard “go global” strategy [J]. China Standardization, 2016 (3): 34–39.
- [14] 卜小龙. “一带一路”背景下工程承包业走出去的思考 [J]. 宏观经济管理, 2016 (2): 57–60.
Bu X L. Thinking of “go global” engineering contracting industry under the background of “The Belt and Road” [J]. Macroeconomic Management, 2016 (2): 57–60.

- [15] 许利平, 韦民. 人文交流与经略周边 [J]. 世界知识, 2016 (1): 16-18.
Xu L P, Wei M. Humanistic exchange and economic circumstances [J]. World Affairs, 2016 (1): 16-18.
- [16] 侯俊军. 让中国标准“走出去” [N]. 经济日报, 2014-12-04(14).
Hou J J. Let Chinese standards “go global” [N]. Economic Daily, 2014-12-04(14).
- [17] 刘宁, 李可, 张小月. 中国公路工程标准“走出去”的融合模式 [J]. 建设科技, 2018 (8): 86-87.
Liu N, Li K, Zhang X Y. Integration model of “go global” of China highway engineering standards [J]. Construction Science and Technology, 2018 (8): 86-87.
- [18] 许佑顶, 高柏松, 杨吉忠, 等. 中国铁路工程建设技术标准“走出去”战略研究 [J]. 铁道工程学报, 2016 (5): 116-122.
Xu Y D, Gao B S, Yang J Z, et al. Analysis of the “going global” strategy of china railway engineering construction technical standards [J]. Journal of Railway Engineering Society, 2016 (5): 116-122.