



更好地推销“一带一路”

全球基础设施具有网络效应，联结一些关键性节点需要外部主体的参与，“一带一路”倡议恰恰可以提供关键性的要素投入

当今世界，经济的很多部分像网络一样运行。当网络规模最大、覆盖最广时，其生产率达到最高，这一网络效应通常被用来描述脸书（Facebook）、亚马逊、阿里巴巴和滴滴等平台的价值。实际上，网络效应同样适用于供应链，也可以用来描述基础设施。

对基础设施网络来说，只有当跨国及跨区域的联结、覆盖相对完整时，价值才是最大的。设想一下，我们要把中国西部内陆的货物运至欧洲，如果中亚国家没有铁路连通，那么中国及欧洲内部的基础设施网络，就不能充分发挥价值。

再以非洲为例。虽然肯尼亚的港口现代、高效，但如果铁路或公路无法将安哥拉与肯尼亚连接起来，安哥拉地下的矿产资源只能留在国内，运不出去。

只有全球性基础设施网络相对完整地建立起来，才能带来最大的价值和外部性，基础设施网络中的每一段，才能发挥最大价值。

这事关乎我们如何理解“一带一路”，以及如何向全世界推销这一构想。对于“一带一路”倡议，海外有不少批评之声，引发一定的政治反弹，海外对中国的目标存在猜忌，是为了提升政治及军事影响力，还是为了输出过剩产能，或是其他？

无论“一带一路”倡议的真正动机

是什么，最重要的是中国要从经济角度，就为什么“一带一路”倡议是必要的、多方共享的，给出令人信服的理由和论据。

基础设施的网络效应便是这样的论据。它告诉我们，一些处于战略性节点位置的国家，由于贫穷没有能力建造基础设施，或没办法将其与邻国的基础设施相连通，就必须有其他国家或组织帮助其完成这一任务，联结起这些关键性节点。

许多原因可以解释这项工作为何需要外部主体参与，比如相关国家缺少资金、缺乏国内协调协作能力、缺乏监管能力，缺乏与邻国的政治往来或与邻国关系不好，抑或仅仅是缺乏意愿。

参与这项工作的外部主体，首先需要有充裕的资金来负担大量的初始成本、启动基础设施网络的建设，并且有能力承担包括流动性风险、运营风险、施工建设风险等在内的大量风险，还需要有立足长远的投资和战略视角。

美国国内的基础设施已经落后了30年，部分原因是两党之间未能达成一致。美国在国内都寸步难行，我们很难对其协调不同国家和地区、有效分配资金、建立基础设施网络的能力抱太大期望。中国则可以提供前述关键性的要素投入。

如果外部主体的角色应该由中国来扮演，那么接下来的问题自然是中国应

该在“一带一路”上花费多少钱？

我认为可以与北约相类比。中国在全球基础设施网络中扮演的角色，可以用美国在北大西洋安全网络中扮演的角色做类比。美国在北约中贡献的资金等份额远超其国家规模所要求的份额，其中一个关键原因是，只有美国承担大部分份额，其他国家才会认领、贡献剩下的部分。如果美国没有作出较大的贡献和承诺，这一联盟可能就不会形成。因此，在某种程度上，美国负担大部分的成本只是为了避免全额埋单。

中国面临的情况也类似。全球基础设施网络可以促进贸易、降低贸易成本，中国不可避免地会成为最大的受益者之一。中国大量投资全球基础设施与最终能获得的收益是激励相容的。通过较大投资启动国际协作的平台，中国可以避免为所有基础设施项目埋单，而后者是中国没有能力做到，也不应该瞄准的。

如何推销“一带一路”，对中国能否获得各国的支持和认可至关重要。如果我们能给出令人信服的理由来论证说明，如果中国不带头为全球提供公共品，这背后的公共福祉很可能就无人理会、永远不会被满足，那么其他国家的猜疑就会减轻。中国的努力也因此会面临更低的成本，变得更有效率。■