

国际舆情传播、信息失真与 外商直接投资

陈强远 赵浩云 李晓萍

摘要：移动互联网革命提高了国际舆情的传播力和对经济社会活动的影响力，也放大了虚假新闻、不实报道等信息失真的作用。本文基于全球事件、语言和语调数据库提取的国际舆情信息、国家企业信用信息公示数据库、中国税收调查数据库等形成的匹配数据，从国家、行业和企业三个维度考察了国际舆情传播对中国外商直接投资的影响。研究发现：（1）国际对华舆情与中国对外舆情的传播偏向正面化均能显著提高中国外商直接投资水平；（2）国际舆情传播中的信息失真对信息来源更广的在华外资企业经营绩效和生存状态的影响不显著；（3）官方文化交流和非官方文化交流均显著推动了国际对华舆论升温或舆情偏向正面化，进而助推中国外商直接投资引进；（4）移动互联网革命放大了国际舆情传播对中国外商直接投资活动的影响。基于 Bartik 工具变量等进行稳健性检验后上述结论仍成立。本文的研究一方面为开放型经济高质量发展的国际舆情管理提供了新路径，另一方面对于文化强国建设、国际舆情管理和文化友好交流也有重要指导意义。

关键词：国际舆情传播；外商直接投资；信息失真；高水平开放型经济；文化友好交流

[中图分类号] F114 [文献标识码] A [文章编号] 1002-4670 (2023) 4-0018-19

引言

建设更高水平开放型经济是社会主义现代化国家的主要内涵。作为开放型经济的组成内容和重要推力，外商直接投资（FDI）弥补了改革开放以来中国经济发展中的资金缺口，也带来了科学技术、管理经验、就业岗位、竞争促进等（陈强远等，2021）^[1]。在处于百年未有之大变局的当下，新冠疫情、地缘冲突、大国博弈

[收稿日期] 2023-03-10

[基金项目] 国家自然科学基金面上项目“迈向高质量的中国城市技术创新：测度、机理与效应”（72073093）；国家自然科学基金面上项目“中国产业政策与竞争政策协同的理论基础与实施路径研究”（72173138）；中国人民大学科学研究基金面上项目“技术创新质量的微观测度与提升机制设计”（21XNA008）

[作者信息] 陈强远：中国人民大学国家发展与战略研究院副教授；赵浩云（通讯作者）：中南大学商学院博士研究生，电子邮箱 mycroft1018@163.com；李晓萍：中南大学商学院副教授

等多重因素交织影响，导致国际形势中的不确定性日益突出。现阶段，全球范围内各类风险与挑战加速出现，大国之间的竞争冲突影响了国际资本流动和投资活动的底层逻辑，也导致跨国公司等微观主体的生产布局和投资活动决策越来越重视供应链稳定和经济安全。在大国博弈的背景下，经济活动的“泛安全化”“泛政治化”等倾向也开始从国家层面向跨国公司层面扩展，进一步增加了开放型经济体的经济不确定性。

与此同时，以数字技术为核心的新一代科技和产业加速变革，推动当今世界进入数字时代与平台社会。一方面，这降低了信息传递成本并客观上加深了国际经济活动的全球化程度；另一方面，这也导致国际投资和资本流动更容易受到各类舆情事件的影响，增加了 FDI 活动的波动性与不稳定性。随着以美国为首的“本国优先”经贸保护主义抬头，全球经贸活动的逆全球化、内顾化、分散化趋势明显（宋国友，2022）^[2]。而作为大国博弈的焦点，部分西方发达国家掌握着国际舆论的主导权。利用其数字信息传播媒介的技术优势，这些国家试图在有形空间以外强化钳制和削弱战略竞争对手的舆论能力。由于存在信息不对称，国际舆论传播的信息失真会影响跨国企业主体决策。而考虑到国际投资和跨国公司活动的“泛安全化”“泛政治化”等倾向，这些信息失真和虚假新闻可能会影响 FDI 活动，尤其会影响 FDI 流量，阻碍中国开放型经济的高质量发展。

党的二十大报告提出：“加快构建中国话语和中国叙事体系，讲好中国故事、传播好中国声音，展现可信、可爱、可敬的中国形象。”由于国际舆论传播的影响力和重要性不断提高，因此国际舆情传播管理、正式和非正式的文化交流等显得尤其重要。本文认为，国际舆情传播会影响 FDI 活动，而当国际舆情传播信息失真时，其对 FDI 存量和流量的影响可能存在不同。鉴于此，本文基于从全球事件、语言和语调数据库（Global Database of Events, Language and Tone, GDELT 数据库）提取的 500 多万条国际舆情信息数据，构建了国家和事件维度的舆情数据库，并与中国外商直接投资企业数据库、中国工商企业注册数据库等进行匹配，得到 1996—2018 年包括 214 个国家（地区）的高维面板数据。进一步，基于上述数据和实证检验方法，本文重点回答以下五个问题：（1）国际舆情传播是否会影响到中国 FDI 活动；（2）当存在信息失真时，国际舆情对于中国 FDI 存量和流量的影响是否有所不同；（3）官方与非官方的文化交流会对中国 FDI 活动产生哪些影响；（4）数字革命会给国际舆情传播影响 FDI 带来何种冲击；（5）国际舆情传播对 FDI 活动的影响是否存在 FDI 来源国、产业等异质性。

一、文献综述

文化发展是国家繁荣的重要支撑，而文化发展又受国际舆论传播与引导的影响。新闻媒介会影响国际舆情和舆论，进而作用于跨国公司决策（李磊和郑昭阳，2012）^[3] 和国际经贸与投资活动（Huang et al., 2021^[4]；韩永辉等，2021^[5]）等，

被定义为“无形的壁垒”（李钢和孟丽君，2019）^[6]和网络空间武器（Chen et al., 2022）^[7]。关于国际舆情如何影响国际经济活动的文献主要包括以下几支。

第一支文献主要探讨了国际舆情偏向对国际经贸活动的影响。国际舆论会影响国家整体形象，进而作用于该国国际经贸活动（Wang et al., 2012）^[8]。这支文献认为，舆情偏向反映了国际经贸活动的风险，并重点考察了以下两个方面的影响：（1）对外直接投资（OFDI）。负面舆论偏向会显著抑制外国OFDI（张先锋等，2021）^[9]，而舆情偏向的改善可以降低企业投资风险并提高一国对外投资的成功率。（2）国际贸易。国际舆论影响力上升能够显著促进企业出口产品质量提升（武昭媛和洪俊杰，2022）^[10]，而舆情偏向恶化会对出口产生负面影响（孟丽君和李钢，2021）^[11]。此外，程盈莹等（2021）^[12]考察了2015—2018年外部舆情对中国吸引FDI的影响，研究发现这一影响并不显著，即“舆情无关论”。本文与其区别在于：其一，本文的数据颗粒度更小，能从国际舆情与新闻事件来源国、具体舆情事件等维度测度国际舆情传播，样本从440个提升到了6万个左右；其二，本文的时间跨度更长，1996—2018年的时间段包含了移动互联网、国际舆情传播、FDI变化较大的样本区间；其三，本文的研究视角不同，既考察了海外对华舆情的影响，还分析了中国对外舆情的效应。综上，基于小颗粒度、长时间样本的国际舆情传播数据，本文从海外对华舆情和中国对外舆情这两个角度分析了国际舆情对FDI的影响，这是对现有文献的有益拓展和第一个贡献。

第二支文献重点考察了国际关系对国际投资的影响。现有文献主要将国际关系或国际形象对国际投资的影响机制归纳为以下几个方面：（1）东道国制度环境优化。如友好的双边政治关系对东道国制度环境具有一定的优化效应，进而推动FDI（刘晓光和杨连星，2016^[13]；张建红和姜建刚，2012^[14]）。（2）国家间的信任与合作。良好的双边政治关系推动贸易伙伴之间增进文化互信和加强顶层政治合作，有利于双边投资活动（杨连星等，2016）^[15]。（3）双边投资协定缔结。双边关系的稳定有助于双方缔结双边投资协定和建立贸易合作机制等，助推双边投资或跨境资本合作（杨宏恩等，2016^[16]；Sun and Liu, 2019^[17]）。总体来看，这支文献为本文提供了重要的参考，但其更多强调国际关系等正式制度的影响，而较少涉及非正式制度。相较于国际关系等正式制度，国际舆情包含的信息更丰富、变化更快速、颗粒更细致、度量更全面。本文从国际舆情传播这一视角切入，考察了新闻事件、国际文化交流等非正式制度对FDI的影响，是对现有研究的重要改进和第二个贡献。

第三支文献侧重分析典型事件对FDI的影响。具体而言，现有研究主要分析了以下重要事件的效应：（1）高层互访。以领导人访问为中心活动的政治往来有效提高双边投资的便利性（张倩等，2019^[18]；闫雪凌和林建浩，2019^[19]）。（2）文化交流。例如孔子学院的设立能弥补政治的不利影响（刘希等，2017）^[20]。（3）政治地位变化。国际间的政治激励和地位变化也对国际投资活动产生影响，如联合国安理会成员的组成变化会影响对外投资（Ma and Teng, 2018）^[21]，而一国内部的领导人换届也会影响外资流入（姜建刚和张建红，2020^[22]；毛杰等，2021^[23]）。这支文献强调了单一重大事件的影响，结论的直接性和建议的针对性更

好,但会带来因果识别、结论代表性等方面的问题。与这支文献不同的是,本文提取了包含全球多国、海量新闻事件的国际舆情数据,可以全方面地度量和识别众多典型事件对 FDI 的整体影响,这是本文的第三个贡献。

更重要的是,本文的研究视角与现有文献不同。本文并非单纯分析国际舆情对 FDI 的影响,而是在数字全球化时代和西方国际舆论霸权的叙事背景下,考察国际舆情信息失真对 FDI 的影响。本文认为,FDI 中的信息不对称更多体现在流量外资而非存量外资上。其中,前者是指准备进入东道国的 FDI,而后者是指已在东道国经营的外资企业。因此,若存在国际舆情传播的信息失真,国际舆情事件将仅仅影响 FDI 流量,而不影响在华外资企业。因此,本文基于这一假设检验了国际舆情对国家、行业、企业三个维度的 FDI 存量与流量的异质性影响,这也是本文的第四个贡献。

二、特征性事实与理论假说

(一) 特征性事实

改革开放以来,中国经济增长奇迹与 FDI 活动密不可分。外资企业与国际生产网络的关联更为紧密,以 3% 的企业数量创造了超过 50% 的对外贸易量(葛顺奇等,2021)^[24],提高了中国融入全球价值链的深度和广度。技术溢出效应和竞争效应也带动了内资企业的生产率提升(王争等,2009)^[25]。大量文献也表明,国家间的投资活动会受到国际舆情传播的影响(Raess,2021^[26];韩永辉等,2021)。

图 1 展示了中国吸引 FDI 与国际舆情传播^①的散点图,其中 FDI 以对数形式表示,两者之间呈现出明显的正相关关系。更进一步,本文考察了上述相关性的内部差异,计算了七国集团(G7)、“一带一路”沿线国家和主要发达经济体对应的两者相关性^②。

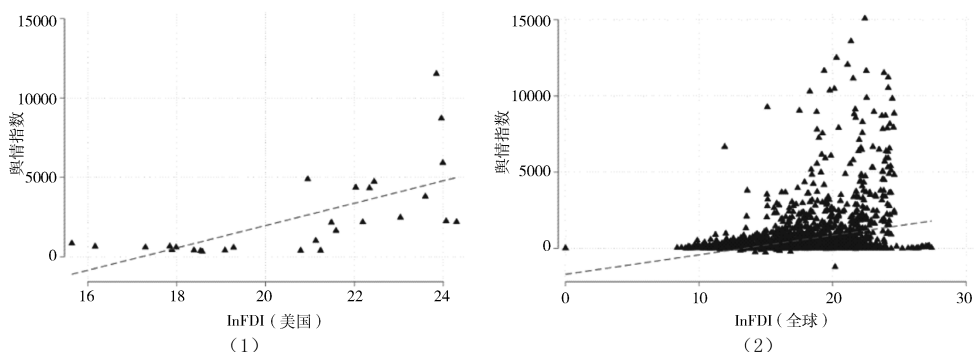


图 1 舆情偏向与外商直接投资

注:左图为美国,右图为全球。

①舆情指数使用 GDELT 数据库中的 Quadclass 指标计算,Quadclass 指标将事件划分为四种类型:口头合作、实质合作、口头冲突与实质冲突,本文将这四种类型的事件分别赋值为 1、2、-1 与 -2,然后从国家一年度层面将事件得分加总得到量化的 Quadclass 指标。

②限于篇幅,相关结果可登陆对外经济贸易大学学术刊物网站“刊文补充数据查询”栏目查阅、下载。

(二) 理论假说

基于现有文献和理论分析, 本文认为国际舆情传播对中国 FDI 具有以下几大效应。

1. 国际舆情传播的信息传递效应

现代社会中, 人的意识和思想会不可避免地受到媒体舆论的影响, 受众的认知情感和决策行为也会潜移默化地产生改变。由于存在信息不对称, 受众对事物的认知取决于获取信息的内容与质量。对于 FDI 活动而言, 国际舆情一方面影响受众对相关方的倾向和态度, 进而影响其经济偏好和 FDI 的收益与回报, 另一方面直接改变跨国公司和国际资本方对东道国的风险判断、未来预期和总体认知, 进而影响投资决策。总体来看, 尽管不是源头影响因素, 但国际舆情很好地包含了受众对相关利益方的总体情绪倾向和态度, 可以直接度量其偏好与行为, 通过信息传递影响了 FDI 活动。由此引出了本文的假说 1。

假说 1: 国际舆情会通过信息传递影响中国对相应国家 FDI 的引入水平。具体而言, 国际舆情偏向的正面化会提高一国或地区的 FDI, 反之则相反。

2. 国际舆情传播的信息失真效应

由于存在信息不对称, 受众获取信息的渠道很大程度上受国际传媒和平台的影响。当国际传媒和平台传递的信息真实时, 不同受众获得的信息是相同的。当国际舆情传播的信息失真时, 处于传播链不同环节的受众获得的信息及其内容与质量将会不同。这意味着信息失真时不同受众对信息的反应也将不同。由于政治倾向和意识形态等问题, 国际传媒和平台难以不带任何倾向性或政治目的来传递信息。这可能导致出现媒体舆论对一国的报道出现信息失真的现象, 从而影响了企业对一国的投资意愿与投资信心。国际舆情传播中的信息失真对信息传播链不同环节的市场主体的影响是完全不同的。对那些暂未进入东道国的 FDI 或国际资本而言, 其信息获取更多依靠国际舆情传播, 因此其决策和行为受到的影响更大; 而对于那些已进入东道国的外商投资企业而言, 其有更多的渠道或手段获取东道国的相关信息, 不易受到虚假新闻等信息失真的影响。因此, 引出了本文的假说 2。

假说 2: 在信息不对称和负面偏向报道的前提下, 信息失真会导致国际舆情对 FDI 活动的影响存在差异, 即获取失真信息的潜在 FDI 更容易受到国际舆情传播的冲击, 而更易获取真实信息的东道国外资企业则不易受到这样的冲击。

3. 国际舆情传播的网络红人效应

国际舆情传播的传播主体可以分为官方和非官方两种, 其各自的叙事方式、传播渠道、价值表达和内涵内容有着巨大差异。从文化交流的视角来看, 非官方的文化传播采取更细切口、更重情感、更贴生活的方式, 表现形式也更加自由和多样, 因此更容易实现情感共鸣和价值共享。非官方文化传播中网络红人是典型例子, 指在现实或网络生活中因为某个事件或行为而被网民关注的人。在数字全球化与互联网时代, 网络红人与网民的审美、娱乐、臆想、品味等心理相契合, 并且自身的某种特质被放大。网络红人容易成为舆论和意见领袖, 从而可以制造热点和形成舆情。当网络

红人传播的理念、价值、情感和情怀等被认同时,会产生“爱屋及乌”的效果,如与网络红人相关的国别、地域、行业、产品更受偏好。由此得到本文的假说3。

假说3:在数字化与互联网时代,作为舆论和意见领袖的网络红人是非官方友好文化交流的重要方式,可以通过形成舆情热点和减少信息失真来推动国家间的FDI活动。

4. 国际舆情传播的移动互联网效应

移动互联网革命的冲击对国际舆情传播方式和作用效果产生了深刻影响。21世纪以来,智能手机的诞生极大地改变了人们了解新闻的方式,随着移动互联网和社交媒体的蓬勃发展,国际舆情传播的速度和规模大幅增加。数字化媒体的发展为舆情传播拓宽了渠道, Twitter、Facebook、微博、微信、抖音、今日头条等媒体传播平台使得信息传播的模式打破了以传统媒体为中心的“一对多”形式,普通人可以成为信息传播的中心,个人在新闻传播中的力量越来越强,从而可能对国际舆情产生更大的影响。全球数字化使得网民的声音逐渐成为国际舆情传播的重要组成部分。在此背景下,国际舆情传播对企业行为可能产生更大的影响,即企业在进行跨国投资时需要更多考虑媒体和民众的舆情风险,国际传媒的全球数字化扩大了舆情传播对FDI活动的影响。基于上述分析,本文提出假说4。

假说4:移动互联网革命使全球新闻传播出现去中心化趋势,提高了国际舆情传播的速度、规模和影响力,进而放大了国际舆情传播对FDI活动的影响。

三、模型、数据与基准结果

(一) 计量模型设定

为了检验舆情偏向对中国引入FDI的影响,本文设定如下计量模型:

$$FDI_{jt} = \alpha_0 + \beta_0 tone_{jt}^1 + X'_{jt} \Gamma + \mu_j + \eta_t + \tau_l + \xi_{jt} \quad (1)$$

其中, FDI_{jt} 是 j 国于 t 年对中国产业 l 的直接投资额。 $tone_{jt}^1$ 为 j 国于 t 年对中国的舆情指数, 本文分别使用 GDELT 数据库中的 *AvgTone* 指数、*AvgGoldstein* 指数进行测度。 X'_{jt} 和 Γ 分别为一系列协变量和其参数估计值。 μ_j 为 FDI 的来源国固定效应, η_t 为年份层面的固定效应, τ_l 为行业层面的固定效应, ξ_{jt} 为随机扰动项。主要解释变量还有 $tone_{jt}^2$, 为中国于 t 年对 j 国的舆情指数, 同样分别使用 *AvgTone* 指数、*AvgGoldstein* 指数进行测度。

(二) 数据来源说明^①

本文使用的主要数据如下^②: (1) GDELT 数据库中的事件数据库 (Event Database); (2) 国家企业信用信息公示数据库; (3) 中国税收调查数据库。

(三) 基准回归结果

1. 海外对华舆情的视角

对华舆情偏向可能通过影响两国关系和企业的经营预期等方式影响跨国公司投

^①限于篇幅, 变量说明与描述性统计部分查阅同前。

^②限于篇幅, 对数据库的介绍查阅同前。

资和国际资本流动的策略。本文基于式(1)的估计对假说1进行了检验,相应的回归结果如表1所示。为了控制多个维度固定效应的影响,本文引入了多组固定效应,包括FDI来源国、时间、行业固定效应和行业一年份固定效应,并引入了一系列丰富的控制变量。

总体来看,不同固定效应设定下的估计结果都很稳健。以列(3)为例,当某一国家对中国舆情评价的语调指数提升1个单位时,来自该国的FDI会提高约4.67%。该结果说明,对华舆情评价会影响中国FDI的引入,即验证了本文的假说1。这一结论比较容易理解,在主要西方国家,媒体成为行政权、立法权、司法权“三权”外的“第四权力”后,其国内企业对中国的认识和了解会受本国舆论和本国媒体的影响,进而影响其海外投资决策。假说1也回应了现有研究中的“舆情无关论”,基于小颗粒度、长时间样本的国际舆情传播数据得到的实证结果相对更准确可靠。

表1 国际舆情传播与FDI:海外对华舆情的视角

变量	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
	FDI	FDI	FDI	FDI	FDI	FDI
<i>AvgTone</i>	0.0563*** (9.890)	0.0483*** (7.173)	0.0467*** (7.162)			
<i>AvgGoldstein</i>				0.0226*** (2.954)	0.0193*** (2.707)	0.0145** (2.070)
<i>DistSys</i>	-0.0208 (-0.972)	0.0470 (1.283)	0.0099 (0.276)	-0.0177 (-0.832)	0.0563 (1.527)	0.0184 (0.515)
<i>DistGeo</i>	-0.9453*** (-50.870)	-0.8647*** (-2.648)	-0.4731 (-1.448)	-0.8810*** (-47.511)	-0.6977** (-2.149)	-0.3095 (-0.951)
<i>GDPOC</i>	0.7125*** (32.564)	1.4447*** (44.746)	2.4498*** (28.591)	0.5242*** (34.084)	1.3259*** (48.106)	2.3300*** (27.711)
<i>GDPCN</i>	0.0118* (1.885)	0.1508*** (5.068)	0.1949*** (6.693)	0.0149** (2.403)	0.1564*** (5.235)	0.1994*** (6.845)
常数项	2.5273*** (3.519)	-23.5238*** (-8.236)	-55.2289*** (-14.420)	8.6537*** (16.927)	-21.0525*** (-7.453)	-52.7230*** (-13.817)
FDI来源国控制变量	是	是	是	是	是	是
时间固定效应	否	是	否	否	是	否
国别固定效应	否	是	是	否	是	是
行业固定效应	否	是	否	否	是	否
行业—时间固定效应	否	否	是	否	否	是
样本量	61 167	58 841	58 841	61 167	58 841	58 841
R ²	0.2502	0.8300	0.8435	0.2538	0.8299	0.8434

注:计量回归均使用稳健标准误;括号内为t值;***、**和*分别表示在1%、5%和10%的统计性水平上显著;篇幅所限,FDI来源国政府治理效应控制变量集合的系数不进行展示。下表同。

2. 中国对外舆情的视角

中国 FDI 活动不仅会受 FDI 来源国媒体舆论的影响，还会受到中国对该国舆情评价的影响。中国对外舆情反映了两国的友好关系、民众对该国企业或产品的偏好等，会影响该国企业在华投资信心及发展预期，进而作用于其海外投资与全球生产布局决策。鉴于此，本文将解释变量替换成中国对 FDI 来源国的语调指数和中国对 FDI 来源国的戈德指数分别进行回归，结果如表 2 所示。研究发现，中国对外舆情同样会显著影响外国企业对中国的直接投资。以列（3）的回归结果为例，中国对外舆情的语调指数提升 1 个单位，相应国家对华 FDI 会增长 3.64%。但从效应大小来看，中国对外舆情的作用小于海外对华舆情^①，即外资企业在做投资决策时受本国舆情偏向的影响更大。

表 2 国际舆情传播与 FDI：中国对外舆情的视角

变量	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
	<i>FDI</i>	<i>FDI</i>	<i>FDI</i>	<i>FDI</i>	<i>FDI</i>	<i>FDI</i>
<i>OAvgTone</i>	0.0559*** (9.891)	0.0378*** (5.760)	0.0364*** (5.694)			
<i>OAvgGoldstein</i>				0.0197** (2.360)	0.0122* (1.774)	0.0104 (1.615)
控制变量	是	是	是	是	是	是
FDI 来源国控制变量	是	是	是	是	是	是
时间固定效应	否	是	否	否	是	否
国别固定效应	否	是	是	否	是	是
行业固定效应	否	是	否	否	是	否
行业—时间固定效应	否	否	是	否	否	是
样本量	61 167	58 841	58 841	61 167	58 841	58 841
R ²	0.2502	0.8300	0.8435	0.2538	0.8299	0.8434

注：篇幅所限，不再展示控制变量及截距项的结果。下表同。

(四) 信息失真的检验：存量与流量的对比

上文检验了国际舆情传播对 FDI 活动的影响，这种影响更多体现在每年进入中国的 FDI 上。从逻辑上来看，FDI 是一个流量概念，这种影响更多作用于那些潜在进入东道国的资本、企业或生产活动。从上文的分析可知，21 世纪以来国际舆情传播中的信息失真是一个常见现象，其对 FDI 存量，即已进入东道国经营的外资企业的影响是较小甚至不显著的。基于这一思路，本文从企业经营绩效和企业生存状态这两个视角，直接检验国际舆情传播对在华外资企业的影响，并与 FDI 流量的结果进行对比。

^①本文也进行了系数间的 t 检验，结果显著。

1. 外资企业经营绩效的视角

本文从外资企业经营绩效的视角进行了检验。具体而言，将全国税收调查数据库与中国外商直接投资企业数据库进行匹配，并使用如下计量模型进行实证检验：

$$Performance_{ijt} = \alpha_0 + \beta_0 tone_{jt} + R'_{ijt} \boldsymbol{\ell} + \eta_i + \delta_t + \xi_{ijt} \quad (2)$$

其中， $Performance_{ijt}$ 指 j 国产业 l 的企业 i 于 t 年的经营绩效指标，本文分别从企业营业收入、企业总产值、企业增加值、企业新增固定资产、企业用工人数、全要素生产率（采用 OP 法测度）等维度考察企业的经营绩效，上述指标除全要素生产率以外均进行加 1 后取对数的转换。 R'_{ijt} 和 $\boldsymbol{\ell}$ 分别为一系列企业层面的协变量和其参数估计值。 δ_t 、 η_i 分别为企业、时间固定效应。上文中的数据粒度精确到了产业层面，而此部分的数据粒度则精确到了企业层面。为了控制企业随时间变化的特征带来的影响，本文还引入了与全国税收调查数据库匹配的企业自身特征变量。此外，考虑到中国对外舆情偏向也可能会对外资企业经营绩效产生影响，本文对其予以控制。

估计结果如表 3 和表 4 所示。此时，外部舆情偏向对在华外资企业的营业收入、总产值、增加值、新增固定资产、用工人数以及全要素生产率均无显著且稳健的影响，即外部舆情变化并不会影响在华外资企业的经营绩效。这也符合我们的直觉，国际舆情的偏向性传播更多影响了 FDI 流量，而对于更容易、多渠道获取真实信息的在华外资企业而言，信息失真不会影响企业经营绩效。特别是在全球经济发展停滞的影响下，国内大市场仍为外资企业全球投资和生产布局的优先选择，其不会受到虚假新闻、失真信息的干扰与影响。这为中国加强国际传播能力建设和海外舆情管理提供了理论依据。

表 3 舆情偏向与外企经营绩效：语调指数

变量	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
	企业营收	企业总产值	企业增加值	新增固定资产	用工人数	全要素生产率
<i>AvgTone</i>	-0.0280 (-0.446)	-0.0580 (-1.126)	0.0590 (1.134)	0.0514 (0.857)	-0.0130 (-1.209)	-0.0052 (-0.473)
控制变量	是	是	是	是	是	是
对外舆情偏向	是	是	是	是	是	是
FDI 来源国控制变量	是	是	是	是	是	是
企业固定效应	是	是	是	是	是	是
时间固定效应	是	是	是	是	是	是
样本量	57 633	72 330	72 330	68 912	72 330	72 079
R ²	0.9104	0.4575	0.4478	0.0936	0.1444	0.9695

表4 舆情偏向与外企经营绩效：戈德指数

变量	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
	企业营收	企业总产值	企业增加值	新增固定资产	用工人数	全要素生产率
<i>AvgGoldstein</i>	0.1335*** (6.210)	0.0242 (0.605)	0.0736** (2.055)	0.0092 (0.255)	-0.0114 (-1.387)	-0.0012 (-0.177)
控制变量	是	是	是	是	是	是
对外舆情偏向	是	是	是	是	是	是
FDI来源国控制变量	是	是	是	是	是	是
企业固定效应	是	是	是	是	是	是
时间固定效应	是	是	是	是	是	是
样本量	57 633	72 330	72 330	68 912	72 330	72 079
R ²	0.9105	0.4577	0.4479	0.0936	0.1443	0.9695

2. 外资企业生存状态的视角

上文从企业经营绩效的视角，考察了国际舆情传播中的信息失真对在华外资企业经营绩效的影响。接下来，本文进一步从在华外资企业生存状态的视角进行分析，具体来说，当企业在工商局登记的状态为“注销”“撤销”或“吊销”时，则认定企业死亡，将企业生存状态变量的值设为0，其他正常状态时该变量则设为1。由于被解释变量为虚拟变量，因此我们使用Logit模型进行了估计，相应的结果如表5所示。可以发现，无论是语调指数还是戈德指数，舆情偏向对外资企业的生存状态均无显著影响。该结论与外资企业经营绩效视角的研究结论一致，即舆情偏向仅会对FDI流量而非存量产生影响。这一结果再次印证了对华国际舆情传播中存在信息失真，由于信息不对称和海外获取信息难度相对较高，国际舆情传播对FDI流量和存量产生了差异性效果。这再次表明了中国加强国际传播能力建设的重要性，也为现阶段如何提高FDI稳定性和发展质量提供了新思路。

表5 舆情偏向与外资企业生存状态

变量	(1)	(2)
	企业生存状态	企业生存状态
<i>AvgTone</i>	0.0005 (1.540)	
<i>AvgGoldstein</i>		2.06E-06 (0.019)
控制变量	是	是
对外舆情偏向	是	是
FDI来源国控制变量	是	是
企业固定效应	是	是
时间固定效应	是	是
样本量	72 333	72 333
R ²	0.0215	0.0216

(五) 国际传播主体：官方文化交流与非官方文化交流

由中国到全球的过程，需要加快构建中国话语和中国叙事体系，切实提升中国国际传播能力。而国际传播能力建设既包括官方文化交流，还包括非官方主体和方式的文化交流。在让海外受众认识、认知和认可中国文化时，既要重视官方和制度性的国际传播方式，还要认识到非官方国际传播方式的重要性。接下来，本文检验这两种方式如何通过国际舆情传播影响中国 FDI 活动。

1. 官方文化交流：以孔子学院为例

孔子学院为全球的学员提供规范的汉语学习教育，增强了汉语的国际影响力，在推动中国与世界各国友好交流方面功不可没。作为世界认识中国的重要平台，孔子学院减少了国际舆情传播中的虚假新闻和信息失真，可能对各国或地区对华直接投资决策产生影响。鉴于此，本文收集了世界各国孔子学院与孔子课堂创办数量的面板数据，将其除以该国对应时间的人口数量得到孔子学院和孔子课堂的设立密度，用于测度官方文化交流视角下的中国国际传播能力。相应的估计结果见表 6。

表 6 第一阶段回归考察了孔子学院对舆情偏向的影响。需要说明的是，列 (1) 至列 (4) 的估计缺乏产业层面的数据，因而只能采用国家层面的数据测算。列 (1) 的结果表明，当一国每百万人所拥有的孔子学院增加 1 个时，该国对中国的语调指数将提升 0.2189 单位。在第二阶段，当一国每百万人所拥有的孔子学院增加 1 个时，该国对中国的 FDI 将提高 4.39%，而当一国每百万人所拥有的孔子课堂增加 1 个时，该国对华 FDI 将提高 1.57%。以上结果说明，孔子学院这种官方文化交流的国际传播方式可以增进相应国家对中国的认知、认识与认可，减少信息失真，并推动这些国家对中国的 FDI 活动。这些结果也为官方文化交流减少国际舆情传播中的信息失真与增加国家间的经贸联系提供了微观证据。

表 6 官方文化交流与 FDI：孔子学院

变量	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
	第一阶段	第一阶段	第一阶段	第一阶段	第二阶段	第二阶段	第二阶段	第二阶段
	<i>AvgTone</i>	<i>AvgGoldstein</i>	<i>AvgTone</i>	<i>AvgGoldstein</i>	<i>FDI</i>	<i>FDI</i>	<i>FDI</i>	<i>FDI</i>
<i>Den_Col</i>	0.2189*** (5.056)	0.1022*** (2.954)			0.0439*** (5.836)	0.0524*** (7.096)		
<i>Den_CoC</i>			0.0882*** (2.716)	0.0734** (2.011)			0.0157** (2.004)	0.0134** (1.976)
控制变量	是	是	是	是	是	是	是	是
FDI 来源国控制变量	是	是	是	是	是	是	是	是
时间固定效应	是	是	是	是	是	否	是	否
国别固定效应	是	是	是	是	是	是	是	是
行业固定效应	否	否	否	否	是	否	是	否
行业—时间固定效应	否	否	否	否	否	是	否	是
样本量	2 791	2 791	2 791	2 791	59 527	59 528	59 527	59 528
R ²	0.8687	0.2347	0.8687	0.2361	0.8299	0.8437	0.8299	0.8436

2. 非官方文化交流：以网络红人“李子柒”为例

增强中华文明传播力和影响力一般分为三个阶段：从“让海外受众‘认识’我们”到“让海外受众‘认知’我们”，再到“让海外受众‘认可’我们”，是一个由浅入深、由表及里的过程。在整个过程中，“认可”涉及到民众理念、价值、情感、情怀等产生自发的认同和赞誉，故难度最大。非官方主体采取的细微切口和日常情感的传播方式，以及展现中国文化的标识性、本土性、独特性的价值表达，更能获得情感共鸣和价值共享，从而得到海外民众的认可。作为中国文化海外传播的现象级网红，视频博主李子柒制作的一系列具有中国特色的美食视频在海外有着巨大的传播力与影响力，是中国非官方文化交流的典型代表。李子柒的视频风格清新典雅，具有别具一格的自然美；同时，美食类视频的对话内容少，语言壁垒较低，因此其视频深受国外观众的喜爱。截至2022年11月，李子柒在YouTube上的粉丝达到1720万人，视频的累计播放次数超过28.5亿次，她的每一期视频都有数十万全球观众点赞以及数万全球观众评论。李子柒的作品进一步增进了外国群众对中国的了解和好感，促进了国际间的民众交流并降低了文化壁垒，这可能会促使相应国家增加在中国的FDI。

鉴于此，本文以网络红人“李子柒”作为非官方文化交流的典型例子，检验其如何通过国际舆情传播影响中国FDI。具体而言，考虑到Google Trends指标刻画了人们对于某一事物的检索频率，本文使用Google Trends工具以“LiZiqi”为关键词收集了2015年以来各国对李子柒的关注程度指标面板数据，并将该数据与主数据进行匹配，随后进行回归以考察网红对舆情偏向和FDI引入的影响，相应的结果见表7。第一阶段结果表明，一国对李子柒的关注热度显著影响了该国对华的舆情偏

表7 非官方文化交流与FDI：网络红人“李子柒”

变量	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
	第一阶段	第一阶段	第二阶段	第二阶段	第二阶段
	<i>AvgTone</i>	<i>AvgGoldstein</i>	<i>FDI</i>	<i>FDI</i>	<i>FDI</i>
<i>LiZiqi</i>	0.3144*** (4.215)	0.1192** (2.220)	0.0053*** (4.835)	0.0024*** (3.887)	0.0033*** (5.334)
控制变量	是	是	是	是	是
FDI来源国控制变量	是	是	是	是	是
时间固定效应	是	是	是	是	否
国别固定效应	是	是	是	是	是
行业固定效应	否	否	否	是	否
行业—时间固定效应	否	否	否	否	是
样本量	2 791	2 791	61 903	59 528	59 528
R ²	0.8692	0.2848	0.4554	0.8299	0.8436

向，即中国网络红人能有效改善海外对华舆情偏向。第二阶段的回归结果则表明，当一国对李子柒的关注热度提高1个单位时，该国对中国的FDI水平将提高约0.53%。这表明非官方友好文化交流也能有效促进FDI活动，可以作为官方文化交流的重要补充。

(六) 移动互联网的冲击

移动互联网革命起源于2008年，2008年9月谷歌正式发布了Android 1.0系统，同年6月，苹果公司发布了iPhone 3G和App Store。在此基础上，Twitter、Facebook社交平台也分别推出了各自的移动端软件。智能手机的普及与3G网络的建设引发了新一代的互联网媒体革命，人们可以通过移动设备及时查看新闻并进行分享和评论，这极大地增强了新闻的传播力和影响力。为了检验2008年移动互联网革命对结果的影响，本文采取了两种方式进行识别：第一，将样本划分为“2008年及以前”和“2008年后”，分阶段进行回归并通过比较系数的大小检验移动互联网效应的影响，具体结果见表8。可见，在进入移动互联网媒体时代后，国际舆情偏向对FDI的影响更加明显。具体而言，在2008年以前一国对中国的语调指数上升1个单位，对应的FDI引入量将提升1.34%，但该结果的显著性不强，而该数值在2012年以后则是3.29%，提升了145.52%，表明企业的跨国投资行为在移动互联网时代更容易受到国际舆情传播的影响。第二，利用事件研究法，分年检验回归系数的变化情况^①。可见两种方法所得出的结论是相一致的。

表8 国际舆情传播与FDI：数字全球化的冲击

变量	≤2008				>2008			
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
	FDI	FDI	FDI	FDI	FDI	FDI	FDI	FDI
<i>AvgTone</i>	0.0124 (1.423)	0.0134 (1.569)			0.0365 *** (3.255)	0.0329 *** (2.937)		
<i>AvgGoldstein</i>			0.0056 (0.445)	0.0033 (0.265)			0.0277 *** (2.940)	0.0296 *** (3.189)
控制变量	是	是	是	是	是	是	是	是
FDI来源国控制变量	是	是	是	是	是	是	是	是
时间固定效应	是	否	是	否	是	否	是	否
国别固定效应	是	是	是	是	是	是	是	是
行业固定效应	是	否	是	否	是	否	是	否
行业—时间固定效应	否	是	否	是	否	是	否	是
样本量	27 434	27 434	27 434	27 434	31 407	31 407	31 407	31 407
R ²	0.8556	0.8643	0.8557	0.8644	0.8311	0.8375	0.8310	0.8374

^①限于篇幅，回归结果查阅同前。

四、稳健性检验与异质性分析

(一) 稳健性检验

1. Bartik 工具变量估计

FDI 与国际舆情传播之间可能存在反向因果关系，即 FDI 可能会影响母国对中国的国际舆情传播，进而导致估计结果存在偏误。为了控制反向因果问题对本文估计结果的干扰，本文借鉴 Autor 等 (2013)^[27] 的思想构建了一个 Bartik 工具变量来解决可能存在的反向因果问题。 j 国于 t 年对中国的舆情指数的 Bartik 工具变量可按如下方式生成。

将 j 国对中国的国际舆情偏向的预测变化值定义为：

$$g_{j, \tilde{t}+t} = \frac{\sum_{j'}^n SIMTONE_{j', \tilde{t}+t}}{\sum_{j'}^n SIMTONE_{j', \tilde{t}}} \quad (3)$$

其中， $\sum_{j'}^n SIMTONE_{j', \tilde{t}+t}$ 指与 j 国 $DistSys$ （即制度距离）最近的 n 个国家在 t 年对中国的舆情指数集合， n 设定为 10， \tilde{t} 指初始年份。 j 国于 t 年对中国的舆情指数的 Bartik 工具变量为：

$$BartikIV1_{j, t} = g_{j, \tilde{t}+t} \times TONE_{j, \tilde{t}} \quad (4)$$

另外，本文还参考易行健和周利 (2018)^[28] 的做法，使用滞后一阶的 j 国舆情指数与制度近似国集合平均的舆情指数在时间上一阶差分的乘积构建了第二个 Bartik 工具变量：

$$BartikIV2_{j, t} = \Delta \left(\sum_{j'}^n SIMTONE_{j', t} / n \right) \times TONE_{j, t-1} \quad (5)$$

在构建上述两个工具变量后，本文使用两阶段最小二乘法对模型再次进行检验。第一阶段工具变量的估计结果表明，工具变量与解释变量 $AvgTone$ 的相关性非常明显，系数符号也符合预期。第二阶段的估计结果则表明，在使用工具变量对反向因果问题予以控制后，本文的结果依然成立。同时，本文还参考程盈莹等 (2021) 的做法进行了 Heckman 两阶段选择模型的相应检验。相应的结果如表 9 所示：Kleibergen-Paap rk LM 统计量和 Kleibergen-Paap Wald rk F 统计量的估计结果表明，本文所构建的工具变量不存在不可识别问题或者弱工具变量问题。由于部分 FDI 的数据为 0，可能导致本文产生样本选择偏差问题，我们使用 Heckman 矫正法来解决这一潜在问题，结果在 (5) — (6) 列。参考程盈莹等 (2021) 的做法，在第一阶段设定为 FDI 来源国决定是否投资的阶段，将大于 0 的 FDI 设对应虚拟变量为 1，将等于 0 的设为 0，随后使用 Probit 模型来生成逆米尔斯比率，随后在第

二阶段中将该变量加入模型中进行回归,结果显示,逆米尔斯比率结果不显著,可以忽略样本自选择偏差带来的估计偏误问题。

表9 Bartik 工具变量等检验结果

变量	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
	IV (一阶段)	IV (二阶段)	IV (一阶段)	IV (二阶段)	Heckman	Heckman
	<i>AvgTone</i>	<i>FDI</i>	<i>AvgTone</i>	<i>FDI</i>	<i>FDI</i>	<i>FDI</i>
<i>AvgTone</i>		0.0408** (2.184)		0.0323* (1.724)	0.0463*** (6.896)	
<i>AvgGoldstein</i>						0.0140** (2.000)
<i>BartikIV1</i>	0.1149*** (12.643)					
<i>BartikIV2</i>			0.1066*** (101.975)			
Kleibergen-Paap rk LM statistic		162.123 [0.0000]		1380.626 [0.0000]		
Kleibergen-Paap Wald rk F statistic		159.664 {16.38}		2457.538 {16.38}		
<i>Mills</i>					-1.8513 (-0.263)	-10.2682 (-1.472)
FDI 来源国控制变量	是	是	是	是	是	是
其他控制变量	是	是	是	是	是	是
国家固定效应	是	是	是	是	是	是
行业—时间固定效应	是	是	是	是	是	是
样本量	53 224	53 224	58 507	58 507	58 841	58 841
R ²					0.8435	0.8434

注: [] 中的数值为 Kleibergen-Paap rk LM statistic 统计值所对应的 P 值, { } 中的数值为 Stock-Yogo 弱工具变量检验 10% 显著性的临界值。

2. 其他内生性处理方法

本文也通过纳入事件传播力度构建新的舆情测度变量以及设置滞后项的方式进行了稳健性检验,其结论与基准结果保持一致^①。

(二) 国别异质性

上文给出了总体平均意义上国际舆情传播对 FDI 的影响并进行了稳健性检验。事实上,这些结果忽视了内部的异质性。

^①限于篇幅,变量构造方法和实证结果查阅同前。

主要发达经济体既是中国 FDI 的主要来源国，也是大国博弈、国际舆论话语权竞争、新闻和热点事件的主要关联方。在这些国家，信息失真对国际舆情传播的 FDI 效应的影响可能更加直接和明显。此外，如“一带一路”倡议的国际正式制度或协议也会影响组织内的信息传递方式和质量，对本文结果产生影响。鉴于此，本文按两种方式进行异质性检验：（1）FDI 来源国分类与代表性 FDI 来源国；（2）是否为“一带一路”沿线国家。

1. FDI 来源国分类

本文整理了对中国直接投资排名前 10 的国家和地区，进行了一系列的异质性检验^①。可以发现，对于对中国投资前五名的国家而言，其对中国直接投资的规模更受舆情偏向的影响。以上结果表明，外国对中国的直接投资可能存在投资规模—舆情偏向的正反馈效应，即对华投资规模较大的国家的投资行为更受对华舆情偏向的影响。

2. “一带一路”沿线国家

本文将国家通过设置虚拟变量的方式分为“一带一路”和非“一带一路”两组进行回归^②，发现“一带一路”沿线国家对中国的 FDI 与语调指数无显著关联，而非“一带一路”沿线国家对中国的 FDI 与语调指数显著正相关。值得注意的是，“一带一路”沿线国家样本的 *AvgGoldstein* 指数估计系数显著为正，而非“一带一路”沿线国家样本的结果则不显著。由于 *AvgTone* 指数更多是一种主观上的舆情指数，受媒体因素的影响更大，而 *AvgGoldstein* 指数则是一种“理性”舆情，这个结果说明，“一带一路”沿线国家对中国的直接投资较少受到媒体舆情的影响，其投资行为更为客观，这可能与“一带一路”沿线国家普遍缺乏较有影响力的媒体有关。

（三）行业异质性

国际舆情传播对不同技术水平产业 FDI 的影响可能存在区别。例如，西方国家更加关注高技术、高附加值产业，而较少关注低附加值产业。本文参考 OECD 技术分类标准，在《国民经济行业分类》的基础上将全部行业分为高、中、低三大类。回归结果显示^③，舆情的提升对处于不同技术水平产业的 FDI 均有促进作用，但存在较强的异质性。低技术产业的 FDI 对舆情变化的敏感度较低，而高技术产业 FDI 对舆情变化的敏感度则高得多。这一结果也符合预期，相较于高技术产业，中低技术产业科技含量较低，舆论压力较小，舆论关注以及产业安全监督审查较少，因此导致国际舆情传播对 FDI 的影响在高技术产业中更大。

①限于篇幅，相关结果查阅同前。

②限于篇幅，相关结果查阅同前。

③限于篇幅，相关结果查阅同前。

五、研究结论与政策建议

本文基于 GDELT 数据库和中国外商直接投资企业数据库以及一系列其他数据库的匹配数据,实证考察了国际舆情传播对中国 FDI 引入的影响,并从在华外企经营绩效、企业生存、投资规模、双边官方或民间文化交流、行业技术水平、国家及媒体传播等多个角度进行了异质性分析,纠正了 FDI 引入的“舆情无关论”。本文研究发现:(1) 国际舆情传播具有信息传递效应。(2) 国际舆情传播对信息传播链不同环节市场主体的影响存在异质性。(3) 国际舆情传播存在网络红人效应,孔子学院等官方机构的设立也能增强中国吸引外资的能力。(4) 国际舆情传播存在移动互联网效应。(5) 国际舆情传播的影响还存在国别异质性、行业异质性。根据研究结果,本文提出如下政策建议。

第一,推进国际文化友好交流,以开放友好的精神和求真务实的理念促进国家间的文化交流繁荣发展,提升中国国家形象。第二,既要强调正式文化交流,也要重视非官方文化交流,提高文化交流的质量和效益,增强国家文化软实力。第三,推动开放型经济发展与国家软实力建设相结合。加强文化产业对开放型经济的支持,鼓励企业积极参与文化产业的建设,通过技术创新、资金投入等措施促进文化产业的升级与发展。扩大开放范围,强化国际合作,繁荣文化产业。第四,重视新兴数字化传播技术与全球化数字平台的作用。借助数字技术推进国家间的友好文化交流,减少信息失真对文化交流的不利影响。

[参考文献]

- [1] 陈强远,钱则一,陈羽,等. FDI 对东道国企业的生存促进效应——兼议产业安全与外资市场准入 [J]. 中国工业经济, 2021 (7): 137-155.
- [2] 宋国友. 拜登政府对华经贸政策: 再调整与新竞争 [J]. 太平洋学报, 2022, 30 (10): 13-21.
- [3] 李磊,郑昭阳. 议中国对外直接投资是否为资源寻求型 [J]. 国际贸易问题, 2012 (2): 146-157.
- [4] HUANG J, COOK G G, XIE Y. Large-scale Quantitative Evidence of Media Impact on Public Opinion toward China [J]. Humanities and Social Sciences Communications, 2021, 8 (1): 1-8.
- [5] 韩永辉,张帆,王贤彬,等. 双边政治关系与中国企业海外并购 [J]. 经济科学, 2021 (5): 37-51.
- [6] 李钢,孟丽君. 舆论对国际贸易的影响: 以美国进口贸易为例 [J]. 世界经济, 2019, 42 (8): 146-169.
- [7] CHEN L, CHEN J, XIA C. Social Network Behavior and Public Opinion Manipulation [J]. Journal of Information Security and Applications, 2022, 64: 103060.
- [8] WANG C L, LI D, BARNES B R, et al. Country Image, Product Image and Consumer Purchase Intention: Evidence from an Emerging Economy [J]. International Business Review, 2012, 21 (6): 1041-1051.
- [9] 张先锋,郭伟,蒋慕超,等. 东道国负面舆论偏向与企业 OFDI——基于东道国主流新闻媒体的情感量化分析 [J]. 产业经济研究, 2021 (5): 69-82.

- [10] 武昭媛, 洪俊杰. 国际舆论与企业出口产品质量 [J]. 国际经贸探索, 2022, 38 (9): 55-69.
- [11] 孟丽君, 李钢. 逆全球化背景下媒介舆论对中国出口贸易的影响研究 [J]. 财贸经济, 2021, 42 (11): 146-160.
- [12] 程盈莹, 成东申, 逯建. 国际舆论对中国引进外资的影响: 基于 Gdelt 新闻大数据的实证研究 [J]. 世界经济研究, 2021 (7): 19-33+135.
- [13] 刘晓光, 杨连星. 双边政治关系、东道国制度环境与对外直接投资 [J]. 金融研究, 2016 (12): 17-31.
- [14] 张建红, 姜建刚. 双边政治关系对中国对外直接投资的影响研究 [J]. 世界经济与政治, 2012 (12): 133-155+160.
- [15] 杨连星, 刘晓光, 张杰. 双边政治关系如何影响对外直接投资——基于二元边际和投资成败视角 [J]. 中国工业经济, 2016 (11): 56-72.
- [16] 杨宏恩, 孟庆强, 王晶, 等. 双边投资协定对中国对外直接投资的影响: 基于投资协定异质性的视角 [J]. 管理世界, 2016 (4): 24-36.
- [17] SUN C, LIU Y. Can China's Diplomatic Partnership Strategy Benefit Outward Foreign Direct Investment? [J]. *China & World Economy*, 2019, 27 (5): 108-134.
- [18] 张倩, 李芳芳, 程宝栋. 双边政治关系、东道国制度环境与中国 OFDI 区位选择——基于“一带一路”沿线国家的研究 [J]. 国际经贸探索, 2019, 35 (6): 89-103.
- [19] 闫雪凌, 林建浩. 领导人访问与中国对外直接投资 [J]. 世界经济, 2019, 42 (2): 147-169.
- [20] 刘希, 王永红, 吴宋. 政治互动、文化交流与中国 OFDI 区位选择——来自国事访问和孔子学院的证据 [J]. 中国经济问题, 2017 (4): 98-107.
- [21] MA H, TENG Y. How Political Incentives Affect Chinese Outward Foreign Direct Investment: A UN Security Council Membership Perspective [J]. *The World Economy*, 2018, 41 (12): 3416-3441.
- [22] 姜建刚, 张建红. 政治换届、国际关系与中国对外直接投资: 交易成本视角 [J]. 世界经济研究, 2020 (7): 33-45+135-136.
- [23] 毛杰, 夏小宝, 田素华. 东道国大选对吸引国际直接投资的影响——基于政治经济周期视角 [J]. 国际贸易问题, 2021 (12): 134-150.
- [24] 葛顺奇, 李川川, 林乐. 外资退出与中国价值链关联: 基于外资来源地的研究 [J]. 世界经济, 2021, 44 (8): 179-202.
- [25] 王争, 孙柳媚, 史晋川. 外资溢出对中国私营企业生产率的异质性影响——来自普查数据的证据 [J]. 经济学 (季刊), 2009, 8 (1): 129-158.
- [26] RAESS D. The Demand-side Politics of China's Global Buying Spree: Managers' Attitudes Toward Chinese Inward FDI Flows in Comparative Perspective [J]. *Review of International Political Economy*, 2021, 28 (6): 1555-1581.
- [27] AUTOR D H, DORN D, HANSON G H. The China Syndrome: Local Labor Market Effects of Import Competition in the United States [J]. *American Economic Review*, 2013, 103 (6): 2121-2168.
- [28] 易行健, 周利. 数字普惠金融发展是否显著影响了居民消费——来自中国家庭的微观证据 [J]. 金融研究, 2018 (11): 47-67.

International Public Opinion Communication, Information Distortion and Foreign Direct Investment

CHEN Qiangyuan ZHAO Haoyun LI Xiaoping

Abstract: The mobile internet revolution has increased the significance of international public opinion communication and its impact on economic and social activities, however, misinformation such as fake news and false reporting has also gained greater influence. This paper analyzes the effects of international public opinion communication on China's foreign direct investment from three dimensions: country, industry, and enterprise, based on matched data from Global Database of Events, Language and Tone, National Enterprise Credit Information Disclosure Database and Chinese Tax Investigation Database. The findings indicate: (1) positive changes in international public opinion towards China and China's external public opinion significantly improve the level of foreign direct investment. (2) The impact of information distortion in international public opinion communication on the business performance or survival probability of foreign-funded enterprises in China, which have access to a wider range of information sources, is not significant. (3) Official cultural exchanges and unofficial cultural exchanges promote positive changes in international public opinion towards China, thus enhancing China's foreign direct investment. (4) The mobile internet revolution magnifies the influence of international public opinion communication on China's foreign direct investment. The above conclusions remain hold after the robustness tests using Bartik instrumental variables. This study provides a new path for managing international public opinion in developing a high-quality open economy, and has important guiding significance for the construction of a culturally prosperous country, the management of international public opinion, and friendly cultural exchanges.

Keywords: International Public Opinion Communication; Foreign Direct Investment; Information Distortion; High-quality Open Economy; Friendly Cultural Exchanges

(责任编辑 张晨烨)