



“一带一路”建设是应对全球政治经济形势深刻变化，统筹国际国内两个大局，着眼实现“两个一百年”奋斗目标和中华民族伟大复兴中国梦，作出的具有划时代意义的重大决策。历史上，深圳就处在“海上丝绸之路”的重要节点，当前更成为粤港澳大湾区和“21世纪海上丝绸之路”的战略要冲，当前，深圳在“一带一路”建设中具有重要的区位优势、经济优势和要素资源优势。与此同时，深圳新的社会阶层人士具有界别全、队伍大、发育早等特点，被中央统战部列为全国15个新的社会阶层人士统战工作实践创新基地之一，是广东乃至全国统战工作的重要阵地。“一带一路”沿线国家已经成为深圳第二大外贸区。

为更好发挥深圳统一战线服务“一带一路”建设的作用，今后应以引导服务非公企业更好“走出去”为导向，以推进融媒体发展为主要方法，以夯实智力和人才基础为落脚点，以促进基于传统文化的各种人文交流为途径，以推动非公企业从“竞争”思维向“合作”思维转变为重点，着力创新新时期深圳统一战线服务“一带一路”各项建设。

充分发挥统一战线引导服务非公企业“走出去”和“引进来”的积极作用

促进非公企业更好“走出去”，是深圳全面服务“一带一路”建设的重要前提，也是应有之义。然而，从实践来看，“一带一路”建设实施的两年多以来，我国非公经济参与“一带一路”建设大都处于一种零散式、碎片化、游离性的状态，深圳也不例外。很多民营企业在“走出去”的过程中往往面临诸多问题，比如由于地域、法律和文化差异，境外投资风险颇多，而很多民营企业对投资目的国的行业政策、风俗习惯、政治法律环境、会计规则、风险评估等方面缺乏了解。面对这种现实的情况，对于深圳各级统战部门而言，应采取以下措施：

一是促进各类企业商会、行业协会发挥自身的优势，推动企业更好“走出去”。“统战工作要向商会组织有效覆盖，发挥工商联对商会组织的指导、引导、服务职能，确保商会发展的正确方向。”随着“一带一路”建设的不断深入，商（协）会在与政府、社会组织的沟通与协调中越来越显示出自身优势，已逐渐成为政府功能的补充，成为企业扎根发展、抱团取暖的重要支撑。对于深圳统战部门尤其是各级工商联来说，要通过争取和提供有效的政策支持，促进各类非公企业商（协）会赴“一带一路”沿线国家和地区开展商业、文化调研与交流，为非公企业寻找“走出去”的商机，降低企业“走出去”面临的成本和风险。更为重要的是，应借鉴上海、成都等地的经验，考虑由工商联等相关机构主持，由各类商（协）会主要负责落实实施，对深圳非公企业开展海外投资的关键信息进行全面搜集收录，尤其是汇总这些企业投资后的整合策略及其经验教训。同时，由

工商联定期发布基于各商会搜集、汇总相关资料后形成的《深圳市民营经济发展年度报告》，并在其中以专门篇章收录民企走出深圳、出国门的各方面相关信息，将其作为开展后续研究和行业参考的重要依据。同时，可借鉴北京的经验，由市一级统战部门牵头，引导本地规模和影响力较大的商会与“一带一路”沿线国家商会共同发起成立“一带一路”城市商会联盟，打造促进“一带一路”沿线工商界增强互信、优势互补、拓展合作的商会服务联合体，将“走出去”和“引进来”有效结合，使其成为各国企业互信合作的平台、商会服务合力的纽带和增进城市友谊的桥梁。

二是形成市区上下联动的非公经济人士系统化培训机制。在市级统战层面，邀请统战部相关职能部门负责人、专家学者、海外侨界知识精英、侨界商业精英，重点围绕“深圳统战工作与‘一带一路’建设”“深圳非公经济在‘一带一路’建设中的作用”“深圳非公经济人士在统一战线中的地位”“‘一带一路’沿线国家和地区商机”“‘一带一路’沿线国家和地区的政策法规环境”“‘一带一路’建设中企业‘走出去’面临的挑战和风险”等宏观层面的议题，对非公经济人士进行多轮次的系统培训，以全面加强全市非公经济人士对企业服务“一带一路”建设各方面问题的认识。在区级统战层面，邀请区级统战部门相关负责人、专家学者、本地优秀企业代表等，重点围绕“辖区企业融入‘一带一路’建设面临的相关政策和鼓励措施”“企业融入‘一带一路’建设的优劣势分析”“‘一带一路’建设中企业‘走出去’的经验教训”等微观层面的议题展开系统培训和交流，使其自身融入一带一路建设面临的政策和制度环境与约束、自身融入“一带一路”建设具有的基础条件和存在的短板，以及如何更好融入“一带一路”建设等方面有清醒的认知。

以“融媒体”思维做好新时期统一战线宣传和舆论引导工作

面对移动互联技术的“来势汹汹”，在当前及今后的统一战线宣传和舆论引导工作中，更加需要推动传统媒体和新兴媒体的全面融合发展。要在遵循新闻传播规律和新兴媒体发展规律的基础上，打造一批在内容、话语体系、传播形态等方面符合不同群体阅读习惯和阅读偏好，具有竞争力、传播力、公信力、影响力，各级、各方面联动的新型媒体矩阵，形成立体多样、融合发展的全媒体传播格局，并与“线下”大统战格局全面对接，同步推进，以此全面凝聚深圳各社会阶层、新兴社会阶层对服务“一带一路”建设的思想共识，及时有效地化解潜在或已经出现的负面和虚假网络舆论。具体包括：

建立健全以市区两级统一战线网站为主体的大统战网络格局。对于统一战线网站，主要负责汇总宣传统战工作政策、理论、动态等方面的信息，行业商会协会网站主要负责汇总宣传“一带一路”沿线国家和地区商

机、政策解读，以及深圳非公企业“走出去”动态等方面的信息。按照这一要求，应在现有市区两级统一战线网站栏目设置基础上，增设统战理论、统战故事、统战人物、统战史上的今天等栏目。同时，借鉴北京、上海的经验，结合深圳新社会阶层不断涌现的现实情况，在“统战工作”栏目下开设新社会阶层专栏，对新社会阶层发展动态、实践动态等进行跟踪和报道；对于行业商会协会网站，要在现有网站整体布局和内容设置基础上，引导其增设“一带一路”建设专栏，并在专栏下开设“一带一路”沿线国家和地区经贸信息、行业动态、深圳非公企业“走出去”实践等细化栏目。对于微信公众平台等新媒体，要充分利用其点对点快速推送信息优势，如统战部门的微信公众平台要动态发布我国和“一带一路”沿线各地区出台的 latest 政策和相关解读；行业协会协会微信公众平台要动态发布“一带一路”沿线各地区的最新经贸信息、深圳企业“走出去”的最新进展和典型案例等。

开展第三方调查研究，掌握情况底数。每年年初由统战部门或邀请第三方机构，依托各类互联网媒体、微博微信等新媒体平台，针对深圳各社会阶层、不同领域人士尤其是广大青年群体开展包括“统战工作的理解和认知”“统一战线与‘一带一路’建设”“如何服务‘一带一路’建设”“对统战宣传工作的需求和期待”等展开大型问卷调查和网络舆情分析，全面掌握社会各阶层以及典型社会群体关于统战工作、统一战线服务“一带一路”建设等方面的所思所想、所期所盼、所疑所惑。相关的调查分析结果和重要数据发现，既能够为中央层面的统战宣传工作和深圳全市意识形态工作提供数据和素材参考，同时也能够为全市提前部署本年度统战宣传工作重点和实施方案等提供坚实的支撑。

充分发挥统一战线智力密集、资源丰富、联系广泛的优势。充分整合全国、深圳本地和海外华文媒体对深圳统战工作的相关报道、记者手记等，并通过互联网、尤其是移动互联网等新媒体平台进行系统性的二次整合和传播，以更好形成舆论宣传方面的传播力和渗透力。

通过定期开展集中征文、案例征集与评选等形式，鼓励各领域统一战线人才将自身的思考和实践感悟有效表达出来，在着力做好统战工作宣传、统战工作理论与实践与统战工作实践相结合的文章方面形成最大合力，以共同讲好深圳统战工作中形成的好故事，传播服务“一带一路”建设中的深圳好声音、好做法，并逐步带动更多经济社会主体思考“一带一路”建设、主动融入“一带一路”建设的积极性。

不断夯实并有效利用服务“一带一路”建设的智力人才资源

服务“一带一路”建设，要依托统一战线宽广的辐射面和强大的影响力，支持统一战线成员为“一带

一路”建设献计出力。

建设一支规模大、结构优、素质高的人才队伍，充分调动民主党派、民族、宗教、新的社会阶层、港澳台侨等各方面统一战线成员的积极性、主动性和创造性。通过制度和机制设计，吸引统一战线各方面人才的广泛参与，献智献策。不折不扣地认真落实中央统战工作条例，加强党外代表人士队伍建设，加大党外代表人士发现储备力度。把党外代表人士队伍建设纳入全市统战乃至全市人才和干部队伍建设总体规划，积极从全市党政机关、企事业单位及新的社会阶层人士等领域发现人才，打破身份、区域、部门、行业的限制，发现和储备更多党外干部。要加大对培养使用力度，把党外干部培训纳入全市干部培训总体规划，每年举办的进修班、中青班，党外干部要占一定的参训比例；通过组建党外人才联谊会等形式，把优秀党外人才有效组织起来，把党外人才联谊会建设成党外知识分子学习交流的园地、建言献策的平台和服务社会的大本营。

依托深圳国际化程度与经济外向度都高的现实基础，结合深圳经济呈现内中有外、外中有内、经济上内外渗透的特征，尤其是深圳的华为、中兴通讯、光启等高科技企业在各自领域核心技术的创新能力位居世界前列，应把深圳企业、深圳各界人才的创新优势与“一带一路”建设对接，与外部资源、市场对接。着眼于服务“一带一路”建设的主要任务，以乡情、亲情、友情为基础，以利益为纽带，以血缘、地缘、业缘为支撑，推进深圳与“一带一路”沿线重点城市结成友好城市，适时召开“一带一路”城市合作论坛，呼应“一带一路”国际合作高峰论坛；借鉴“中城联‘一带一路’商机中巴商务峰会”的举办形式，支持和促进深圳具有创新优势的代表性企业与“一带一路”沿线重点企业开展产业和商务交流会，为“走出去”企业提供渠道；广泛开展海内外联谊活动，定期召开深圳市归侨侨眷代表大会，以重要节日为契机适时举办侨界人士交流会、侨界青年座谈交流会等，以此全面加强加强与港澳台同胞、海外侨胞的联络。

充分发挥海外侨胞和留学人员了解熟悉“一带一路”沿线文化、国际惯例和市场规则的优势，鼓励华侨华人特别是广大华裔商借“一带一路”建设的契机，参与深圳有关项目和产业在“一带一路”沿线国家和地区的推介，在分享经济效益的同时助推深圳服务“一带一路”建设的不断融入。

引导企业在服务“一带一路”建设中积极承担社会责任

转变传统的以企业自身利益等方面的诉求逆向推动建立行业协会商会“自下而上”的模式，结合中央关于“一带一路”建设的重要理念、重要目标及实施路径，依托“大统战”工作格局，“自上而下”形成统战工作总揽全局、科学调配资源的机制，以此加

快营造深圳企业与“一带一路”沿线企业、深圳城市与“一带一路”沿线城市合作共赢的局面。

通过科学布局、主动出击，进一步发挥自身尤其是工商联撬动非公经济资源的优势和作用。通过强化既有商会在促进企业履行社会责任方面的职能，或新成立专门行业协会商会的形式，在为企业发展和“走出去”提供全方位社会化服务的同时，对非公企业在国际上的经济社会行为进行全方位指导、全过程监督。

按照“政府引导、市场运作、规范管理、防范风险”的原则，建立由统战部门指导、工商联主导、会员企业参与的深圳市“一带一路”建设基金会。基金会正式启动后，除了履行帮助会员企业解决贷款难、融资难等问题的义务之外，还要发挥激励的作用，即对那些主动将拓展经济利益置于国家利益之下的非公企业，进行物质和精神层面的激励，以弥补企业在追求经济效益和维护国家利益之间所形成的利益缺口，进而不断强化企业在融入“一带一路”建设过程中的主动践行“共同体”理念的意识，持续提高企业在“走出去”和拓展海外市场的过程中，自觉地将推介企业品牌形象与自觉宣介、维护深圳形象和国家形象相统一的积极性、主动性。企业的品牌形象和社会责任，直接影响当地民众对深圳乃至中国的认知和判断，应鼓励有实力、有信誉的优秀企业加大在当地品牌宣传力度，对企业这方面的支出，可协调政府相关部门给予扶持（比如税收冲抵、项目资助等）。通过这种持续践行的正向激励机制，潜移默化地提高非公企业自觉从维护和提升国家利益的前提下，考虑和谋划自身如何更好“走出去”以及如何更好在海外发展的问题，进而在长期内逐步实现促进自身发展与对于国家形象的维护，以及自身利益与国家利益的内在统一。以基金会的名义支持赞助“一带一路”沿线国家的科研人员或机构，来了解深圳，研究深圳，推广宣传深圳国际地位和形象。

做好非公经济组织党建工作。对非公企业来说，党建与发展是相互促进、相得益彰、共生共荣的关系，从实践层面来看，那些重视和支持党建工作、党建工作搞得红红火火的非公企业，其生产经营绩效往往更好。尤其是在非公企业融入“一带一路”建设中，加强企业党建工作，对企业经营主体理想信念的培育与提升、企业对互利共赢等发展理念的践行等各个方面，都是十分重要的。按照《统一战线工作条例（试行）》精神，重点围绕如下四个方面展开：一要引导非公经济人士支持企业建立党的组织、开展党的活动。二要配合组织部门做好在非经济人士中发展党员的工作，严格审查把关，重点考察其思想政治表现、遵纪守法、道德品质、履行社会责任、支持党建工作等方面情况，并提出明确意见。三要会同组织、宣传等部门，采取多种形式，指导非公企业建设先进企业文化，大力宣传非公企业党建工作典型，定期评选表彰先进，形成全社会关注、支持非公企业党建工作的良好氛围。四要在党委统一领导和党委组织部

门牵头协调下，发挥统战部、工商联优势作用，进一步探索建立完善非公企业党建工作机构，加大对非公企业党建工作的统筹指导和推动力度。

积极总结深圳及全国各地非公企业在“走出去”过程中国统践行共同体理念形成的实践经验、典型做法。通过编印内刊资料、微信公众号推送等形式下发给其他非公企业会员参考借鉴。对于那些在融入“一带一路”建设中仍持有传统“竞争”观念、单纯追求自身利益而不顾国家和社会利益的企业，则要通过由行业协会商会组织开展专题教育、企业相互间交流学习等形式，使其不断加深对在“一带一路”建设中践行“合作”“共赢”理念对自身长远发展和国家形象维护和提升等方面重要性的认知。

促进基于传统文化而开展的各种人文交流

近年来中华优秀传统文化的复兴已在国内悄然开始，深圳已成为全国传统文化复兴的聚焦地，引起了海内外媒体的普遍关注。与此同时，从深圳自身拥有的多元文化的特点来看，深圳也具有通过各种创新的方式来发扬我国传统文化的独特优势。结合深圳的实际，以统战工作促进传统文化交流，进而以传统文化的交流助力深圳更好融入“一带一路”建设，重点可以围绕以下两个方面展开：

增加人员往来，开展更多传统文化交流活动。举办“一带一路”沿线国家和地区的文化交流活动。如互相举办既具有传统文化内涵，又体现城市现代化品位和城市特色的文化年、图书展、影视展、艺术节、博览会等大型文化展会和文化活动；互相举办富有城市传统特色的非物质文化遗产、民俗旅游、民间工艺、历史文化、特产文化等特色资源项目。同时，要继续鼓励民间团体或个人交流、鼓励本地高校与“一带一路”沿线重点高校间互派留学生、鼓励民众互相出国旅游等。

积极把传统元素的宣介和交流与市场经济元素、现代科技元素有机结合。传统文化要想得以延续，一方面需要人们的保护，另一方面其自身也要与时俱进，既继承又发展，在服务“一带一路”建设过程中，在促进“走出去”和“引进来”相结合的过程中，引导传统文化与市场相结合，在保留自身传统精髓和在市场竞争中得以存活之间寻找平衡。如深圳世界之窗、锦绣中华、民俗文化村、深圳青青世界，从其建设或开发成为旅游景点后，自身就一直努力在市场中寻找定位，同时又坚持以其传统民风民俗等特色吸引国内外旅游者，既使传统得以延续又创造了巨大经济效益；华为、中兴通讯，自觉把中华优秀传统文化融入了经济最根本的产权所有制和经济利益分配的制度中，自觉融入企业品牌的宣传和推介中，成功创建了一种新的企业模式。

（作者系深圳市坪山区委常委、统战部部长）

