

中国智库的国际影响力提升路径研究

王辉耀 苗 绿

摘 要: 在全球不确定因素日益增多, 国际局势复杂多变的时代背景下, 随着中国国际地位的提高, 迫切需要高水平、国际化的智库为政府决策提供智力支撑, 具有国际影响力的智库不仅有助于满足决策需求, 更是提升一国国际话语权的重要保证。从国际智库实践和经验来看, 能够从本土成功走向世界的智库, 一般都具备高质量的研究成果, 能够以前瞻性的新思想、新观点为政府决策提供新思路, 成为政府决策的有力支撑, 同时, 重视对智库研究成果的国内国际传播, 影响国内国际舆论。结合中国智库现状, 文章认为可以从思想创新力、研究支撑力、社会传播力、国际输出力和政策影响力五个维度提升中国智库的国际影响力。

关键词: 智库; 研究; 传播; 人才; 国际影响力

中图分类号: C932

文献标识码: A

文章编号: 1009-2447 (2018) 03-0043-06

智库是一种稳定的相对独立的政策研究机构, 其研究人员运用科学的研究方法对广泛的政策问题进行跨学科的研究, 在与政府、企业和公众密切相关的政策问题上提出咨询^[1]。在全球不确定因素日益增多, 国际局势复杂多变的时代背景下, 随着中国国际地位的提高, 迫切需要高水平、国际化的智库提供智力支撑。具有国际影响力的智库不仅有助于满足决策需求, 更是提升一国国际话语权的重要保证。根据美国宾夕法尼亚大学《2017全球智库报告》显示, 中国拥有的智库数量居全球第二, 但是, 在全球百强智库中, 中国仅有7席, 并且在前30强中没有一家中国智库上榜^[2]。美国《外交政策》的研究报告显示, “全球七个区域13个地区的政策话语中心里, 大洋洲与亚洲智库的话语中心分别为: 澳大利亚悉尼、马来西亚吉隆坡和日本东京, 中国无一城市上榜”^[3]。这些都说明中国智库的国际影响力与国际一流智库还有较大差距。吴瑛通过大数据分析发现, 中国智库总体上可以根据国家战略重点选择议题、发出声音, 一部分中国智库和专

家已开始在国际社会具有影响力, 但其国际议程设置能力和国际话语权仍有待提高。中国智库对一些重大国际国内议题, 比如一带一路建设, 中国梦的传播, 以及对全球治理、环保等全球性议题的设置上, 未能积极主动地向世界传递出中国声音。一些对中国负面倾向明显的国家、负面事件的高频出现, 也表明中国智库在全球新闻中主动设置议程的能力仍显不足^[4]。针对智库国际化问题, 国内外学者展开了大量的研究, 比如James G. McGann从政策网络与治理角度, 总结智库在国际化过程中遇到的问题, 提出建立智库网络化的解决方法^[5]。陈开敏对我国智库国际化转型中存在的资金困难、国际性人才引用机制不健全、独立性不高、国际话语权不高等问题进行了总结与建议^[6]。黄日涵提出通过国际交流与合作, 提高研究成果的学术水平, 借助国际传播手段积极推动成果输出, 塑造我国智库的国际影响力^[7]。任福兵^[8]、沈进建^[9]等对智库国际化路径进行了探索。本文认为, 国际化是全球智库发展的重要趋势, 发达国家智库在国际化方面有多

作者简介: 王辉耀, 男, 四川成都人, 博士, 教授, 全球化智库(CCG)主任, 西南财经大学发展研究院院长。从事智库发展、中国与全球化发展、人才国际化、企业国际化研究; 苗绿, 女, 四川成都人, 博士, 全球化智库(CCG)秘书长, 研究员。从事智库建设、全球化理论、企业全球化、华人华侨、中国海归与留学发展及国际人才、当代中国文学与文化思潮研究。

积累,可以为中国智库的国际化发展提供很好的借鉴,本文基于发达国家知名智库国际化的案例总结出智库国际化的特点,结合中国智库的实际情况,提出提升中国智库国际影响力的路径。

一、发达国家智库国际化现状与特点

从世界范围来看,国际影响力卓越的智库集中分布在美欧等发达国家,根据《2017年全球智库报告》,欧美智库在全球智库十强中占了九席,其中美国智库独占五席。除了布鲁金斯学会连续多年位居全球第一智库外,卡内基国际和平基金会、战略和国际问题研究中心、传统基金会、兰德公司分别占据第三、第五、第八和第九位。全球智库十强中剩余五席被法国的国际关系研究所、比利时的布鲁盖尔研究所、英国的查塔姆社、巴西的热图利奥·瓦加斯基金会及英国的国际战略研究所占据。总体来看,智库发达与国家发达关联明显,发达国家智库在国际影响力和话语权方面远在发展中国家智库之上^[10]。发达国家智库国际化可以总结为网络、人才、研究以及传播国际化几个方面。

(一) 网络国际化

“单一存在于某一国家必然会限制其视野,在当今世界中,智库的使命既然是要贡献于全球安全、稳定与繁荣,就需要保持跨国的存在与跨国的视角^[11]。”国际知名智库通过设立海外分支机构、聘用海外研究人员,与国际智库、大学、研究机构等合作建立起国际化的研究网络,以国际化视角开展研究,提升国际影响力。比如卡内基国际和平基金会在北京、莫斯科、贝鲁特、布鲁塞尔设立海外中心,通过聘用当地学者及工作人员,有过当地工作经验的政府官员、商界精英,凭借他们对政策制定、实施的了解及熟练的语言能力开展研究,很好地实现了研究的“国际化”与“本土化”的结合。在海外成立研究中心是国际智库的普遍做法,比如布鲁金斯学会在北京、多哈、新德里设立研究中心。日本的野村综合研究所在北京、上海、纽约、伦敦、中国香港、新加坡、中国台北、首尔、马尼拉、莫斯科等城市设立分公司,收集相关政治、能源信息,掌握海外市场动态。

除了设立实体研究机构,国际智库还积极搭建全球研究网络。美国企业研究所与全球300多所大学保持着长期合作关系。法国国际关系研究所与全球130余家科研机构及大学建立了合作伙伴关系。日本国际问题研究所(JIIA)与全球100多个智库建立合作关系。巴西瓦加斯基金会(FGV)与全球约40个国家的160多所高校、研究机构建立了长期合作。

(二) 人才国际化

智库研究人员构成的国际化是智库产生国际影响力的关键,国际知名智库非常重视智库研究人员的多元文化背景,一般秉承开放的思想,吸纳世界各地的人才参与智库研究。比如兰德公司的近两千名雇员来自全球50多个国家和地区,共掌握世界上的70多种语言。布鲁金斯学会常年提供研究经费邀请各国访问学者到华盛顿总部开展研究工作,并为学会提交研究报告。卡内基国际和平基金会通过“青年学者项目”(Junior Fellows Program)每年选取10至12名优秀毕业生担任助理研究员。查塔姆研究所成立女王伊丽莎白二世学院(The Queen Elizabeth II Academy for Leadership in International Affairs),提供国际事务领导力培训,拓展人脉网络。墨西哥对外关系委员会“社会服务项目”为国际关系专业的学生提供参与国际会议的途径,近距离接触国际关系方面的学者。

(三) 研究国际化

国际知名智库的研究课题早已不再局限于国内问题,他们积极开展对全球性公共议题和他国问题的研究,以此提高对全球问题的影响力,确立对全球性议题的国际话语权。美国战略和国际问题研究中心研究课题涉及亚洲、欧洲、非洲、中国、中东、日本、朝鲜半岛、土耳其、俄罗斯与泛欧亚等地域问题,还包括宇宙空间安全、人道主义援助、粮食安全、公共卫生等全球议题。布鲁金斯协会成立了东亚政策研究中心、李光耀东南亚研究中心、约翰·桑顿中国中心、萨班中东政策中心等开展区域研究并通过全球经济与发展项目开展关于如何提升全球经济合作、对抗世界性贫困问题的研究。卡内基国际和平基金会的研究对象涉及格鲁吉亚、马里、也门、摩

尔多瓦等在内的47个国家和地区。日本国际问题研究所开展对灾害预警、灾害援助及重建的研究，并协同世界银行等国际组织进行成果共享，广泛参与防灾救灾国际议题设置，提升自身的国际影响力。威尔逊中心的极地倡议项目（Polar Initiative）积极探讨极地地区环境安全、多边合作、航线、基础设施建设、极地投资等议题^[12]。

相较之下，中国智库研究选题很多缺乏前瞻性且基础性研究积累不足。各智库没有实现很好的研究领域划分、研究领域相互重叠，以致追逐热点、泛泛而谈，浅尝辄止的成果多^[13]。对于影响国家未来战略的议题，难以提出有前瞻性的宏观思考。

（四）传播国际化

国际知名智库非常重视对研究成果的全球传播，比如欧洲对外关系委员会与世界知名媒体进行深度合作，包括英国的《卫报》《经济学人》《金融时报》、美国的《华尔街日报》《纽约时报》、法国的《世界报》、德国的《明镜周刊》、比利时的《欧盟观察家》等；瑞典的斯德哥尔摩国际和平研究所同多个国家的图书馆签订交流协议，将研究论著、出版物分送给世界各地的图书馆，其中该研究所的军备、裁军和国际安全年鉴被翻译成多国文字出版。在互联网时代，国际智库纷纷花重金打造自己的网站，并通过各种社交媒体平台实现研究成果的全球传播。卡内基国际和平基金会官网提供英语、中文、法语、俄语、阿拉伯语、德语，兰德公司官网提供英语、中文及阿拉伯语等，以此来满足不同国家和地区的受众需求。

二、“五力模型”打造中国智库的国际影响力

从国际智库实践和经验来看，能够从本土成功走向世界的智库，一般都具备高质量的研究成果，能够以前瞻性的新思想、新观点为政府决策提供新思路，成为政府决策的有力支撑。此外，他们也重视对智库研究成果的国内国际传播，影响国内国际舆论。结合中国智库现状，本文认为可以从思想创新力、研究支撑力、社会传播力、国际输出力和政策影响力五个维度打造国际影响力。

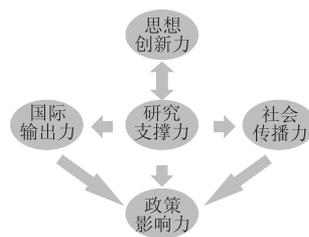


图1 “五力”打造中国智库的国际影响力

（一）思想创新力

“在决策者看来，智库的最大作用就在于产生新思想并以此来改变决策者对世界的认知与反应。新颖的观点可以改变决策者对国家利益的认知，影响政策优先排列顺序，影响规章制度的制定^[14]。”例如在20世纪40年代火箭技术尚在研究阶段、第一颗人造地球卫星还未问世，兰德公司就发表了《试验绕地飞船的初步构想》，有预见性地提出绕地空间站战略构想。美国次贷危机后，彼得森国际经济研究所的西蒙·约翰逊提出“银行太大不能破产”问题，为美国政府制定金融机构改革方案提供了重要思路。在中国，思想创新力是智库的最大短板。体制内智库虽然拥有雄厚的财力和人才队伍，但缺乏灵活性与自主性，倾向于揣摩和迎合决策者的喜好，习惯于完成“命题作业”。社会智库虽然具备独立性与灵活性，但大多数社会智库由于资金、人才等所限，无法及时准确了解政府需求，其思想创新力也必然大打折扣。

中国智库思想创新力的提高，首先，需要在“智力资本”上下功夫，打破国际高端人才流动壁垒，打造“国际旋转门”，创造有利于国际人才流动的环境，吸引优秀国际人才到中国智库工作。同时，鼓励国内优秀学者专家走向世界，比如输送智库研究人员到国际知名智库访问交流。其次，需要为研究人员提供自由、包容的思想环境，为多元声音争鸣提供平台。鼓励并支持包括社会智库在内的多元智库发展，为体制内外的智库创造平等的竞争机会，形成平等的竞争机制，保证具有思想创新力的智库可以在竞争中脱颖而出，为新观点、新思想的产生创造土壤。

（二）研究支撑力

高质量的研究成果是国际知名智库生存的基

础和声誉的保障。兰德公司认为，高质量研究需要符合10个标准：问题应该清晰准确表述，研究目的应该非常清楚；研究方法应该很好地设计并严格执行；研究应该显示对相关问题的理解和掌握；充分掌握数据和信息；研究的假定应该明确合理；新发现应促进知识积累并对解决重大政策问题有所助益；政策含义和建议应该符合逻辑，得到新发现支持，并且用适当说明给予透彻解释；报告文本应该易懂，结构清楚，而且语气平和；研究应该引人注目、有用，且与利益方和决策者密切相关；研究应该客观、独立且均衡。只有经过内部审查机制被认为符合这10条标准的研究成果才能以兰德公司的名义按照特定程序呈交委托方^[15]。

本文认为，智库研究成果的优劣与研究定位、研究选题以及研究基础有直接关系。

研究定位首先要基于时代背景，在全球化时代，智库在立足国内问题研究的基础上，还应加强对贸易自由化、公共外交、全球治理、气候变化等国际重大问题的研究。其次，研究定位需要充分了解自身掌握哪些人力资源、社会资源、信息资源等，在时代的背景下做出取舍，选择有竞争优势的领域，开展研究工作。例如兰德能成为军事战略领域的权威智库，与其最初为美国军方提供服务的背景有直接关系。智库的研究选题，不但要关注重大紧迫的现实问题，更应该从战略高度对国家的未来提供前瞻性的宏观思考。比如布鲁金斯学会，学者们大概用60%的时间进行长期战略问题研究，40%的时间进行应急课题研究。

丰富且充足的知识资源是智库研究的基础保障。智库的知识资源可以分为显性知识资源与隐性知识资源。其中，显性知识资源主要指来自图书馆、数据库等渠道的信息资料，这些知识很大一部分来自于智库自身的历史研究积累，同时也可以来源于外部合作。比如，瑞典斯德哥尔摩国际和平研究所从1968年起就为研究人员建立了图书馆，拥有书籍和杂志大约五万种，主要涉及国际安全、武器装备以及裁军等领域。研究所与世界上400多所研究所签订了交流协议，这使得其收藏的部分资料是独有的，在瑞典的其他图书馆是找不到的。隐性知识资源，主要指智库专家资源。智库不仅需要通过多

种办法吸引专家学者加入智库或开展某种形式的合作，更为关键的是需要通过创造有利于专家研究、交流与探讨的平台与环境，将专家的隐性知识资源转化为显性知识资源。

（三）社会传播力

Donald Abelson 认为智库“专门创造，重组和推广思想给公共政策制定者和公共大众”^[16]。对智库而言，将研究成果有效传达给受众与完成高质量的政策分析同样重要。智库的研究成果只有在正确的时间传递到正确的人的手中，才能真正发挥引导舆论，教育公众，服务公众，并最终影响决策的作用^[17]。例如，美国企业研究所成立之后在很长时间内都没有引起太多关注，对国家政治活动的影响力相当有限。威廉·巴若第（William J. Baroody）就任总裁后，十分强调使用营销与公关战略，比如每周举办“公共政策论坛”电视节目，并在全国600多个电视台、广播电台播放。几年后，企业研究所从最初很不起眼的一家协调性机构发展成为华盛顿的重要智库。从中国智库的实际情况来看，体制内智库资金由国家财政拨款，主要工作内容为政府委托课题，缺乏将研究成果进行社会传播的动力；很多智库由学术科研机构转型而来，智库研究者们往往习惯于在自己的圈子内部进行交流，缺乏向社会公众传播普及的意识；大多社会智库缺乏传播渠道建设的人力物力。所以，从总体上来看，国内智库还缺乏传播意识与传播能力。

美国学者在研究中发现，智库的媒体影响力与国会影响力之间存在某种关系，媒体影响力大的智库往往容易得到国会的青睐，从而成为国会的“座上宾”。这其中一个很重要的原因就是“当大众媒体决定报道哪些舆论的时候，现实世界已经被压缩了，在政治生活中讨论哪些议题，以及如何讨论这些议题，很大程度上都由媒体所决定”^[18]。而且，“当前世界各国媒体之间的连通性非常高，一国智库一旦在本国媒体中频繁亮相，也会相应获得其他国家媒体的关注，这就为智库提供了展示实力、开展合作和参与竞争的良好平台”^[19]。所以，智库与媒体应保持良好关系，比如根据每年的出版计划、论坛活动、课题项目等制作媒体计划，提前评估哪些活动或者出版物能吸引媒体的关注，从而做到有的放矢地提前与媒体沟

通。此外,在互联网时代,智库还需认真研究新媒体的传播特点,分析不同的受众需求,适时调整传播媒介和传播方式,充分利用博客、微博、微信、推特、Facebook、Youtube、Vimeo等传播手段,构筑全方位、多角度、立体式的传播平台。

(四) 国际输出力

从国内智库的现实情况来看,包括中国现代国际关系研究院、中国社会科学院、全球化智库(CCG)等在内的智库都在进行国际化的积极探索并取得了一定的成绩,比如CCG从成立之初就确立了“以全球视野为中国建言,以中国智慧为全球献策”的宗旨,并确立了“打造具有全球影响力的中国国际化智库”的智库愿景。CCG建立了专业化的英文网站,在Facebook、Twitter、LinkedIn等国际社交媒体上开设了账号,在国际上连续出版英文著作,在海外举办高规格国际研讨会,与国际组织建立长效合作机制,比如在中美两国经贸关系正遭受日益升级的关税战威胁的背景下,CCG与美国白宫重要“智囊团”哈德逊研究所(Hudson Institute)针对中美贸易摩擦课题展开联合研究,旨在深入研究贸易摩擦的根源,检验双方观点的事实证据,寻找共同利益和能打破贸易僵局的解决方案,并为中美两国政府决策提供建设性的智库建言。2018年,联合国经济与社会理事会(ECOSOC)正式批准授予全球化智库(CCG)联合国经社理事会非政府组织“特别咨商地位”,成为第一个正式取得该地位的中国智库。咨商地位是联合国与社会组织之间正式关系的核心,也是社会组织参与联合国事务和国际事务的重要途径。

但是,根据《2009—2010全国软科学研究机构统计调查报告》,在调查进行的两年里,2000多家被调查的智库中,有700余家智库从未有人员出国考察,超过700家没有参加过国际会议,上千家没有开展国际合作项目、没有在国外会议或期刊发表过论文,过半没有外文出版物^[20]。可见,中国智库的国际化仍处于初级阶段。

(五) 政策影响力

智库要成为有决策影响力的研究机构,就需要在重大公共政策的制定上,提供独立、专业、可操作、富有建设性的解决方案,这也是智库可以在国际上获得重视的基础。外交关系协会提出的“创建

联合国”“遏制苏联”,布鲁金斯学会提出的“马歇尔计划”,美国传统基金会、兰德提出的“扩大北约”“建立导弹防御系统”等建议不但影响了美国政府,更重塑了世界秩序。

据统计,2009—2010年中国所有智库一年间共为政府提供内参24483篇,参加政府咨询会10020次,然而真正对政府决策发挥影响的研究报告和内参却寥寥无几^[21],更不用提及对世界的影响力了。中国智库政策影响力的发挥,需要与政策制定者有更为充分的接触与互动,了解真实的政策需求,这就需要进一步健全公共决策智库咨询的法律法规,真正将决策咨询纳入政府决策机制。此外,打造中国特色的“旋转门”机制,促进党政机关与智库之间的人才双向流动,将有助于增进智库与政府间的理解与沟通,有助于培养具有学术素养的政策制定者和熟悉政策制定过程、更加务实的智库学者。同时,鼓励和支持具备市场基因的独立社会智库的发展,加强不同类型智库之间的互动合作,激发中国政策研究市场活力和创新力,提升中国智库整体水平,为公共政策提供更多选择空间。

三、结语

近年来,在国家政策需求与制度利好的推动下,国内智库得到了迅速发展,无论是数量和规模上,都有了很大增长,也涌现出了一批拥有国际视野,具备国际经验的优秀智库。但是,总体来看,中国智库还处于国际化的初级阶段,真正具有国际影响力的中国智库还非常少,正如习近平主席在中央全面深化改革领导小组第六次会议上所强调的,近年来我国智库建设跟不上、不适应的问题越来越突出,尤其是缺乏具有较大影响力和国际知名度的高质量智库。

智库在社会系统中掌握着相当多的话语资源和话语能力。西方国家的智库及其主导的智库网络运用资金、专业能力以及与跨国政策网的关系等超强资源,跻身于跨国规则制定精英行列,可以被视作一种“软权力”^[22]。发达国家智库在国际影响力和话语权方面远在发展中国家智库之上。中国智库需要加强国际化建设,从思想创新力、研究支撑力、社会传播力、国际输出力和政策影响力五个维度打造具有全球影响的智库品牌,提升国家软实力与国际话语权。

参考文献

- [1] Dickson P. Think Tanks[M]. New York: Atheneum, 1971.
- [2] James G. McGann, 2017 Global Go To Think Tank Index Report[R]. Philadelphia: University of Pennsylvania, 2018.
- [3] 原松华, 建设一流智库提升国家软实力[J]. 中国发展观察, 2012(12): 30-32.
- [4] 吴琰, 从大数据看中国智库的国际话语权[J]. 社会科学文摘, 2015(6): 38-39.
- [5] McGann J G, Sabatini R. Global Think Tanks: Policy Networks and Governance[M]. New York: Routledge, 2010.
- [6] 陈开敏. 中国智库国际化转型的困境与出路[J]. 现代国际关系, 2014(3): 30-38.
- [7] 黄日涵. 内外兼修 推进中国智库国际化[J]. 决策探索(下半月), 2015(12): 17-18.
- [8] 任福兵. 智库国际化建设的路径选择[J]. 现代情报, 2017(1): 13-19.
- [9] 沈进建, 夏宇, 马岩. 中国智库的国际化与未来展望[J]. 广西师范学院学报(哲学社会科学版), 2017(1): 41-46.
- [10] 王辉耀, 苗绿. 大国智库[M]. 北京: 人民出版社, 2014.
- [11] 李轶海. 国际著名智库研究[M]. 上海: 上海社会科学院出版社, 2010.
- [12] Wilson Center. About the Polar Initiative. [EB/OL]. (2018-08-14) <https://www.wilsoncenter.org/about-the-polar-initiative>.
- [13] 周宏春. 中国智库发展现状与促进建议[J]. 中国经济报告, 2017(11): 41-49.
- [14] 里查德·哈斯, 万雪芬, 何耀武. 思想库与美国的外交政策: 一个决策者的观点[J]. 国际论坛, 2003(6): 70-22.
- [15] 兰德公司关于高质量研究的十个标准[EB/OL]. [2017-02-09] <http://www.rand.org/standards.html>.
- [16] Donald E Abelson. The Business of Ideas: The Think Tank Industry in the USA[M]//D Stone, A Denham. Think Tank Traditions: Policy Research and the Politics of Ideas. Manchester: Manchester University Press, 2004: 215.
- [17] 王辉耀, 苗绿. 大国背后的“第四力量”[M]. 北京: 中信出版社, 2017.
- [18] 王莉丽. 旋转门——美国思想库研究[M]. 北京: 国家行政学院出版社, 2010.
- [19] [21] 朱旭峰, 礼若竹. 中国思想库的国际化建设[J]. 重庆社会科学, 2012(11): 101-108.
- [20] 苗绿. 探索中国智库国际化路径[EB/OL]. (2008-04-10) http://www.cssn.cn/xspj/zkpwj/201804/t20180410_3922561.shtml.
- [22] Diane Stone. Think Tank Across Nations: The New Net Works of Knowledge[R]. NIRA Review, 2000.

Analysis on Enhancing the International Influence of Chinese Think Tanks

Wang HuiYao Miao Lv

Abstract: Rapidly rising complexity and uncertainty of international situation urge China to develop think tank of high level and globalization which could provide intellectual support so as to match its rising international status. think tank with international influence will not only be helpful in decision-making process but serve as an important guarantee in improving China's discourse power. From the perspective of international think tanks' practice and experience, think tanks that successfully move from local to the world generally have high-quality research results, the ability to support government in decision-making with forward-looking ideas and an emphasis of domestic and global spread of their results in a bid to shape public opinion at home and abroad. Combined with the status quo of China's think tanks, the article believes that the international influence of Chinese think tanks can be enhanced from the five dimensions: ideological innovation, research support, social communication, international output and policy influence.

Key words: Think tank; Research; Communication; Talent; International influence