

中国特色新型智库核心能力实证研究

黄菲, 史虹

(河海大学商学院, 南京 210098)

摘要:目前,中国的发展处于重要战略机遇期,改革进入深水区。在全球化背景下,中国特色新型智库的发展逐渐上升到了国家战略的高度,提出要发展中国特色新型智库。中国智库的发展,需要其拥有保持竞争优势的独特能力,本文将核心能力这一理论应用于智库,从创新能力、政府政策影响力、社会公共影响力和国际化能力这 4 个维度研究中国智库的核心能力,探究中国智库核心能力的影响因素,并进行实证分析研究各因素的影响强度,提出智库建设的对策。

关键词:新型智库;核心能力;影响因素;实证分析

中图分类号:G322 **文献标识码:**A **DOI:**10.3772/j.issn.1009-8623.2016.01.010

1 中国特色新型智库

1.1 中国特色新型智库建设背景

进入 21 世纪以来,我国取得了举世瞩目的快速发展,但发展中的不平衡、不协调、不可持续问题逐渐凸显。社会利益多元化、信息渠道来源多元化、价值判断多元化,使政府的决策难度和风险不断加大。正确的经济政治决策越来越离不开科学、系统的预判与谋划。随着经济全球化、世界多极化、社会信息化的深入发展,中国在走向国际化的过程中,不仅要有主导国际话语权的能力,还要有影响他国决策的潜能。在中国经济发展转型和社会矛盾凸显的关键时期,智库的发展得到了我国政府的高度关注。2014 年 10 月,中央全面深化改革领导小组第六次会议审议了《关于加强中国特色新型智库建设的意见》,习近平指出“要从推动科学决策、民主决策,推进国家治理体系和治理能力现代化、增强国家软实力的战略高度,把中国特色新型智库建设作为一项重大而紧迫的任务切实抓好”。2015 年 1 月,中共中央办公厅、国务院办公厅印发了《关于加强中国特色新型智库建设的意见》,要求各地

区部门单位结合实际情况贯彻执行。加强智库建设是为了服务党和政府作出更加科学民主的决策,解决我国现阶段发展难题,满足党和政府与社会公众更好的交流沟通,有效引导社会舆论的需求,同时也是中国在国际舞台上发挥大国作用和担当、走向国际化过程中的重要举措之一。

1.2 中国特色新型智库建设现状与发展内涵

智库,亦被称为“思想库”、“智囊团”或者“智囊机构”等。一般意义上的智库是一种进行公共研究的组织,它的人员构成主要是多学科专家及学者,研究的内容涉及政治、经济、社会、科技、军事、外交、文化等多个领域,其以专业的角度,客观、科学地对战略性或具体性政策问题展开深入研究,向政府及有关部门提出政策建议,并影响社会舆论和公众观念^[1]。

目前我国智库从组织性质角度来讲可分为官方智库、半官方智库和民间智库。官方智库是指一国政府通过立法或者行政组织条例组建的机构,存在于政府体系内部,通过内部渠道为各级政府部门领导层直接提供决策参考服务,作为政府的决策“内脑”而存在^[2]。半官方智库属于非政府机构,虽独

第一作者简介:黄菲(1990—),女,硕士研究生,主要研究方向为战略管理。

收稿日期:2015-09-07

立于政府体系，但对政府的政策制定发挥着重要影响作用。半官方智库通常具有3个基本特征：一是它们一般通过接受政府资助来进行相关研究和咨询服务活动，二是它们往往与政府机构签订长期或短期的研究合同，三是政府部门和这些智库机构之间相互协调、互通信息。民间智库在组织上独立于其他任何机构，更多倾向于体现社会公众呼声或者对政策需求的公共政策研究，由民间出资组织，大多由企业、私人或民间团体创设，自筹经费^[3]。

根据《2013年全球智库报告》，2013年全球共有智库6826个，其中中国智库数量为426个，排名第二，排名第一的美国智库数量为1828个。在非美国的全球顶级智库中，中国只有5家智库入选。在地区顶级智库前10名中，中国有4家智库入选。由此可见，中国智库的数量庞大，但质量还有待提高，中国的智库还需要更进一步的发展。

中国特色新型智库建设具有其独特性，既不同于国外的智库，应当体现中国特色，即要以服务于党和政府为宗旨，为国家和社会的发展发挥智囊作用，也不同于以往的中国智库，新型中国智库的“新型”在于要打开中国智库发展的新局面、新气象，发挥新作用，智库成果的研究要遵从科学性和客观性，加强对外传播能力和话语体系建设，提升国际竞争力和国际影响力。《关于加强中国特色新型智库建设的意见》中提出，中国特色新型智库是以战略问题和公共政策为主要研究对象、以服务党和政府科学民主依法决策为宗旨的非营利性研究咨询机构。

2 中国特色新型智库核心能力影响因素

智库要发展壮大，就需要有使其立于不败之地的竞争优势和独特的核心价值。因此，本文引入了中国特色新型智库的核心能力这一论述。核心能力的研究起源于企业，由普拉哈拉德和哈默尔于1990年首次提出^[4]，是企业能够长期获得竞争优势而使竞争对手难以模仿的综合能力^[5]。不同于企业的特性，智库是一个公共研究机构，能够影响政府决策，推动公共社会发展，更注重知识的创新与利用，以及高附加价值的生产。核心能力理论在智库上的运用，是指在智库的发展演变过程中，通过长期培育积淀而成的、使智库保持可持续竞争优势

的能力系统。本文对中国特色新型智库核心能力从以下4个维度来表现：创新能力、政府决策影响力、社会公共影响力和国际化能力，每个能力维度由多个不同影响因素变量来描述。

2.1 智库创新能力

智库创新能力的提升是智库核心能力提高的标志之一，智库核心能力的强弱与其创新能力的高低有着直接关系。智库是知识、观点、智慧、经验和思想聚集、产生、发散的地方，智库的任务是产生符合社会发展趋势的新的思想、知识和理论。

(1) 提出新的思想和观点。智库最重要的是思想和观点。国际著名智库都有其深刻的思想理念作为制胜法宝。例如，闻名世界的罗马俱乐部，因其绿色未来的显著理念而成为未来理论的佼佼者。

(2) 发现新的政治、经济、社会等问题。善于发现现实中存在的、影响社会发展的真实问题，这样的智库提出的观点和主张才能引发社会的关注聚焦，对知识界、公众和政府部门产生影响。发现问题很重要，更重要的是对这些实际问题作出令人信服的深刻分析，找到产生这些问题的深层原因并能够提供切实可行的解决之道，提出相应的对策和应对方案。此为智库创新能力的基础。

(3) 产生新的知识。智库的创新能力还体现在不断创造新知识上。知识在发展层面被认为是除土地、资本和劳动力之外的又一种生产要素，并且是最重要的生产要素，其他生产要素都可以通过依附于其中的知识创造得到更新和提高。在现今知识经济社会中，智库存在的价值在于知识的创新、成果的转化，这也是智库为经济发展以及社会进步服务的主要方式。

(4) 拥有优秀的智库人才。中国智库的竞争实力最终要靠智库人才来实现，因此，智库人才的培养是建设智库核心能力的关键因素之一。智库的主要研究对象为社会公共政策，社会问题具有多样性和复杂性，这要求智库拥有跨部门、多学科的复合型研究人员。要有多样化的专家团队来保证其政策咨询的专业性，同时保证其政策咨询的针对性和可操作性。智库人才在具备高超的理论性的同时，也要具备实战性，能够清晰地把握政府的运作与决策层的需求。人才的多样化也可避免单一学科背景局限，拥有更加全面广泛的观察和考虑问题的视野。

因此，中国智库需要培养不同背景的复合型人才和研究团队，来确保其强大的人才竞争力。

2.2 政府决策影响力

(1) 智库成果获领导批示。在政策决策过程中，智库的内部研究报告一般发挥着重要的作用。智库研究成果被领导批示，是智库发挥决策影响力的重要标志。智库成果能否获得领导层的肯定性指示，在体现了智库研究成果质量的同时，也体现出智库影响力能够达到的层次。虽然领导指示与智库研究成果的政策影响效能并不一定成正相关，但在没有更好的指标能够体现智库对决策者政策影响的情况下，智库研究成果获领导批示的次数和层次能够在一定程度上体现智库的决策影响力。

(2) 智库专家受邀参与政府决策咨询。专家咨询会是政府听取智库成果的方式之一。政府在遇到重要政策性问题时，一般会根据智库专家的学术水平与理论高度邀请专家参加政策咨询，听取意见，从而形成决策思路。“受邀请参加政策咨询”在某种意义上就代表智库学者获得政府的认可，其对政府的决策也会产生直接的影响。

2.3 社会公共影响力

(1) 智库成果在媒体上的曝光率。智库成果在媒体上的曝光率，即智库专家的成果被媒体报道的次数或智库专家接受媒体采访的次数，该指标主要用于衡量智库对社会大众的舆论影响。经常在媒体上发表观点、意见，并且经常被媒体报道引用的智库，通常具有较高的社会知名度，其社会影响较大。学者接受媒体采访往往是就一些政策性问题进行说明，或者为一些政策出台进行宣传性的解释。一些智库学者本身参与政策决策，在政策出台之后，又可接受媒体采访，发挥其政策实施效应的推动作用。

(2) 智库刊发出版物。刊发出版物，包括发表著作、报告及定期出版学术杂志。发行和经营出版物是智库的一个传统，许多智库的出版物既是政府政策的蓝本，也是社会畅销读物，在决策者和社会各阶层中间广为流传^[6]。兰德公司坚持将研究的主要结果向公众公开，研究人员撰写的著作、论文经审阅后一般都可以以个人名义发表，他们主要的读者或者说他们主要想影响的人，就是政客、对政治有兴趣的学者和那些可能成为政客的人^[6]。

(3) 智库专家应邀发表演讲。智库专家应邀到

大学、大公司等高级知识分子聚集的地方发表演讲，也可作为其公共影响力的表现。大学和大公司里拥有一批具有影响力的人，向这些人发表演讲、宣传智库产品、推销智库观点，可以更好地形成舆论扩散。

(4) 智库举办新闻发布会。通过举行重大成果的新闻发布会、记者招待会和重要研讨会的专题报道，可借助现代传媒的力量提升智库产品宣传的规模和强度。大规模、高频率和全覆盖供给与输出，可提高智库产品的曝光率，从而在信息化时代中占据一席之地。

2.4 智库的国际化能力

在全球化时代，智库的研究对象也日益国际化，智库学术活动开始超越国界，智库为了争取国际话语权，就需要不断地提升自己的国际化能力，向国际社会传递自己的研究成果，故国际化能力也是衡量和影响智库核心能力的重要指标^[7]。

(1) 智库业务和服务对象的国际化。在全球化时代，世界各国面临着一系列具有普遍性的问题，智库研究也需要突破国家范畴走向世界，因此世界各国智库的业务和服务对象日趋国际化。尽管智库都有各自的价值和意识形态立场，但是智库在发展过程中必须面对这一客观发展趋势。一方面，智库作为全球问题和国际事务的重要参与者，必须对有关问题作出自己的反应，否则就是智库社会功能和社会责任的丧失；另一方面，全球化背景下的智库发展环境已超越国界，不再局限于区域，智库要在国际竞争中生存，需要有全球视野。

(2) 智库组织机构的国际化。智库根据研究和发展的需要，可以通过研究机构和队伍的调整来改变智库研究局限于国内问题的局面，加强全球化和普遍性舞台的研究力量和水平。通过智库研究机构的内部调整，可以增加国内智库与国外智库研究的共同点，从而为智库之间的国际合作提供更多的机会。同时，智库也可以根据情况在世界各地设立一定数量的分支机构，一方面作为智库在当地的常设组织，通过举办一系列活动以扩大智库在当地的影响力，并且也可作为智库的接待点为智库研究人员的实地学术活动提供便利；另一方面，设立分支机构还可为智库了解当地实际情况提供可靠的信息来源。

(3) 智库产品及其宣传的国际化。智库产品是

智库国际影响力最基本的载体，智库产品不在多而在精，一份智库产品就可以让智库一举成名天下知。要实现智库产品的国际化，最基本的就是要做好智库成果的翻译工作，经营好智库的外文网站，智库重要观点和成果要及时反映在智库外文网站上，让网站成为世界各国了解智库的主要窗口和平台。同时，要鼓励智库研究人员在国际公认的权威刊物上发表观点和评论，不仅限于专业的学术刊物，还应该包括发行量巨大的著名报纸、杂志。智库通过这些国际平台传播自己高质量的思想主张，从而使智库更加国际化，更加具有竞争力。

3 问卷设计与调查分析

结构方程模型 (Structural Equation Modeling,

SEM) 是当代行为与社会领域量化研究的重要统计方法，对于各种因果模型可以进行模型辨识、估计与验证^[8]。本文中，中国特色新型智库的核心能力为外因潜在变量，创新能力、影响力和国际化能力为内因潜在变量，各细分维度可供测量的影响因素为观察变量。假设各影响因素相互独立，如表 1 所示。AMOS 是 SEM 常用的统计软件，可以验证各式测量模型、不同路径分析模型。利用 SPSS 对数据进行信度、效度及正态性检验后，通过 AMOS 软件求出结构方程的标准化路径系数，并根据路径系数的大小判断影响因素的强弱。

3.1 问卷设计与调查

为验证各影响因素对核心能力的影响程度及其重要性，本文采用问卷调查的方式进行实证研

表 1 中国特色新型智库核心能力影响因素表

高阶因素构念 外因潜变量 (ξ)	一阶因素构念 内因潜变量 (η)	观察变量
中国特色 新型智库 核心能力	创新能力	提出新的思想和观点 VA1
		发现新的政治、经济、社会等问题 VA2
		产生新的知识 VA3
		拥有优秀的智库人才 VA4
	政府决策影响力	智库研究成果获领导批示次数和层次 VB1
		智库专家参与政府决策咨询的次数和层次 VB2
		智库专家在媒体上发表成果或被媒体报道次数 VC1
		智库学者接受媒体采访次数 VC2
		刊行出版物 VC3
	社会公共影响力	应邀到大学、大公司发表演讲 VC4
		举办新闻发布会、记者招待会 VC5
		智库业务和服务对象的国际化 VD1
		智库组织机构的国际化 VD2
		智库产品及其宣传的国际化 VD3
		国际化能力

究。问卷采用 Likert7 点式量表，按照各个影响因素对中国智库核心能力的重要程度进行打分，其中“1” = 很不同意，“2” = 不同意，“3” = 比较不同意，

“4” = 一般、无所谓，“5” = 比较同意，“6” = 同意，“7” = 非常同意。本次调查采取电子问卷形式，发放 500 份，其中回收有效问卷 236 份。在参与问

卷调查的 236 位被调查人员中，所在主体为官方智库的占 17.4%，民间智库占 22.5%，高校占 26.9%，企业占 13.5%，媒体占 10.3%，其他社会人员占 9.4%。

3.2 数据分析

(1) 信度、效度检验

根据回收的有效问卷，利用 SPSS21 软件对数

据进行分析，计算得出 Cronbach's α 值为 0.852，表明问卷数据具有较高的信度；KMO 值为 0.795，Bartlett's 检验显著性值为 0.018，表明问卷数据具有较高的效度。

(2) AMOS 运行结果分析

拟合指标如表 2 所示，运行结果如图 1 所示。

在表 2 中，拟合优度指标 (GFI)、基准化适合度

表 2 拟合度指标

模型	卡方	自由度	P 值	卡方 / 自由度	残差平方根	拟合优度指数	基准化适合度指标	相对适合度指标	增量适合度指标	近似误差均方根
默认模型	147.314	73	0.094	2.018	0.015	0.936	0.911	0.908	0.934	0.071

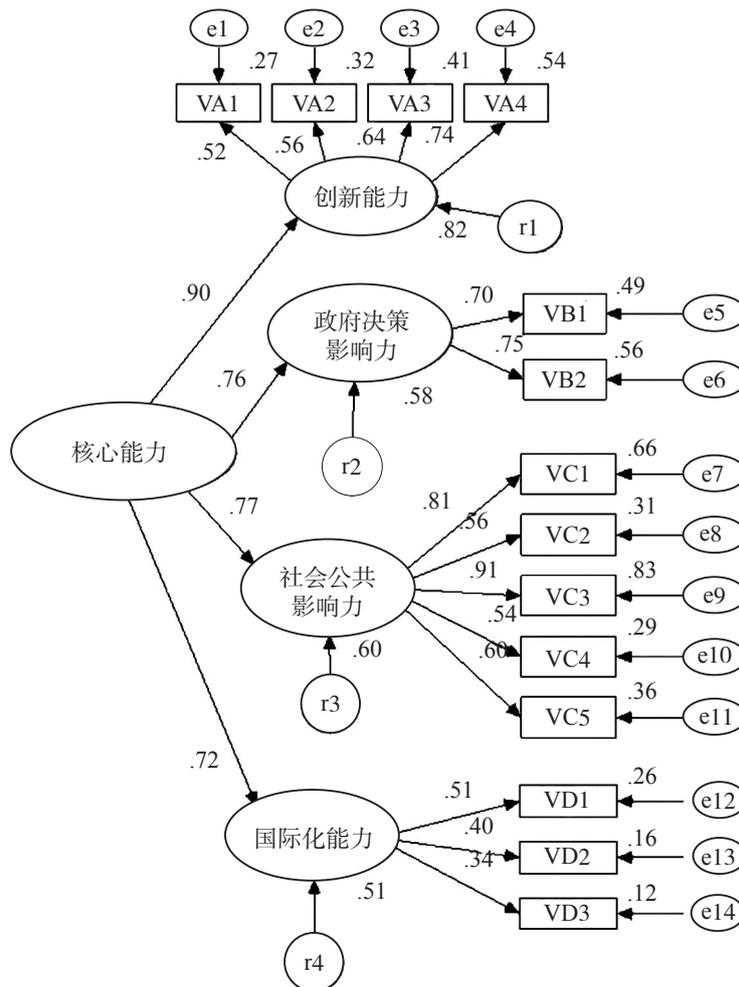


图 1 运行结果图

指标 (NFI)、相对适合度指标 (RFI) 和增量适合度指标 (IFI) 均接近 1，残差平方根 (RMR)、近似误差均方根 (RMSEA) 均接近 0，表明模型的拟合度良好。

如图 1 所示，4 个初阶因素构念创新能力、政府决策影响力、社会公共影响力、国际化能力的因素负荷量分别为 0.9、0.76、0.77、0.72，4 个初阶因素的信度指标值分布为：0.82、0.58、0.60、

0.51。由此可见,中国特色新型智库核心能力的4个影响因素中,创新能力的影响最大,其次是社会公共影响力和政府决策影响力,两者影响程度差不多,国际化能力影响相较而言较弱。

① 在潜在内因变量创新能力中,拥有优秀的智库人才对其影响程度最大,其次是产生新的知识。创新需要靠人才来实现,优秀的智库人员确保了源源不断的创新力,因此,智库人才对智库的核心能力具有很大的影响。就目前我国智库发展现状而言,优秀的智库人才还比较缺乏,缺少全方位发展的专业性复合型人才。提出新观点、发现新问题、产生新知识,这3个观察变量实际上是创新这个结果的3个不同过程阶段,有其一体性,故而3者的影响程度不相伯仲。

② 在潜在内因变量政府决策影响力中,智库专家参与政府决策咨询对其影响最大,智库研究成果获领导批示的影响程度略低。在我国,政府在遇到重要政策性问题时,常会邀请专家学者进行座谈,听取专家意见,从而形成决策思路。因此,受邀参与政府决策咨询是发挥智库政府决策影响力的重要途径,会对决策产生直接影响。智库专家参与政府决策咨询的次数越大、层次越高,因此其对智库发挥政府决策影响力的影响程度最大。而智库成果获领导批示属于对决策的间接影响,故影响程度略低。

③ 在潜在内因变量社会公共影响力中,智库刊行出版物对其影响最大,其次为智库成果为媒体所报道。出版物属于实体,延续性好,高质量的出版物可以帮助树立智库的品牌形象,可在社会各阶层中广为传播。在发表演讲这一观察变量中,由于受众窄、面向对象少,故而其影响程度最低。

④ 在潜在内因变量国际化能力中,智库业务和服务对象的国际化对其影响最大。全球化背景下的智库发展环境已超越国界,不再局限于区域,智库要在国际竞争中生存,需要有全球视野。因此国际化能力中,最重要的就是智库业务的国际化。

4 结论

通过以上分析可知,中国特色新型智库的核心能力具有多重影响因素,并且对核心能力的影响程度不同。本文通过实证研究方法,利用结构方程模型分析得出,创新能力是影响智库发展最重要的因

素,其次分别是社会公共影响力、政府决策影响力和国际化能力。因此发展中国智库,需要发展其能保持竞争优势的核心能力。对此,提出如下对策。

(1) 提升智库产品质量。智库产品的质量是智库的立足之本,高价值、有影响力的创新产品是智库享有声誉,维持品牌的根本。创造高质量的思想产品,要善于分析判断国际国内发展形势,把握经济社会发展客观规律。智库应当发表独立的观点、见解、建议,保持客观中立的态度,坚持持续性的深入研究,能够向决策层和市场需求者提供高质量的思想产品;同时引导一部分官方、半官方智库去行政化,鼓励民间智库发展,形成平等的智库竞争机制,培育思想品市场。

(2) 培养优秀的智库人才。人才队伍建设是智库建设的重点,对高端人才的培养需要有一定的规划,要将不同年龄段、不同社会阶层、不同研究领域的人才有效聚集组织起来,形成强大的人才资源,畅通智库人才流动的进出口,推动人才有序流动。譬如党政机关与智库两者间的人才可形成双向流动:政府人员既可以作为智库的优秀专家,指导智库研究的实战性,把握时代脉搏;同时也可推荐智库专家到党政部门任职,发挥引荐智库成果的作用。

(3) 扩大政府决策影响力,树立公共威信。提高政府决策的影响力,最直接的方法就是提供备选政策方案来直接参与政府决策。智库通过与决策方建立各种正式和非正式的沟通渠道,向政策决策者提供自己的政策观点和方案,游说决策者采纳自己的政策主张,让自己的研究方案最终成为政策现实。间接方法则有两种:一是智库通过长期研究,对政策相关问题形成一种理论框架或者一种政策决策模式,为政府的决策形成一种政策氛围,进而间接影响政策决策;二是跟踪政策实施成效,提供决策信息反馈。

智库要发挥社会影响力,要注重智库本身主导思想和观念意识方面的建设,加强社会责任意识和使命感建设;智库研究关注和选择的问题要向有助于公共利益的方面靠拢,为民众发声代言;同时,要重视智库的宣传推广工作,将研究成果推广融入公众的生活中,与公众形成紧密的交流互动。

(4) 提升国际影响力。全球性和普遍性问题涉

及世界各国利益，受到了国际社会的高度关注。智库在这些问题上提出有说服力的立场观点，是在国际层面上展现实力和水平的重要方式，也是获得国际话语权的主要路径。同时要注重在国际热点问题上积极“发声”，组织各种高层论坛、学术研讨会和学术沙龙等，邀请世界各国政要和国际知名学者等参加会议，向这些国际高层人士传递智库的观点信息，从而通过这些知名人士的影响力扩大智库成果的国际传播效果，提升国际影响力。■

参考文献：

- [1] 孙蔚. 中国智库的现状及其参与决策研究 [J]. 中州学刊, 2011 (2): 119-122.
- [2] 金家厚. 政府智库与民间智库的合作与交流 [J]. 重庆社会科学, 2012 (7): 92-97.
- [3] 上海社会科学院智库研究中心项目组. 中国智库影响力的实证研究与政策建议 [J]. 社会科学, 2014 (4): 4-21.
- [4] Prahalad C K, Hamel Gary. The core competence of the corporation [J]. Harvard Business Review, 1990, 68(3): 79-91.
- [5] 陈劲, 王毅, 许庆瑞. 国外核心能力研究述评 [J]. 科研管理, 1999, 20 (5): 13-20.
- [6] 纪忠慧. 美国思想库的舆论扩散 [J]. 国际关系学院学报, 2008 (2): 54-59.
- [7] 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.
- [8] 吴明隆. 结构方程模型 AMOS 的操作与应用 [M]. 重庆: 重庆大学出版社, 2010: 1-6.

Empirical Research on the Core Competence of the New Type of Chinese Characteristics Think-tank

HUANG Fei, SHI Hong

(Business School of Hehai University, Nanjing, 210098)

Abstract: To develop Chinese think-tank requires the unique ability to maintain a competitive advantage. The core competence theory is applied to the think-tank in the paper, which is split into four parts with the innovation ability, government policy influence ability, public influence ability and international ability in order to explore the core competence of Chinese think-tank and its influencing factors. The effect intension of each is empirically analyzed, and the appropriate countermeasures for the construction of the new type of Chinese characteristics think-tank are given.

Key words: new type of think-tank; core competence; the influencing factors; empirical analysis