

中华智库影响力报告(2018)



四川省社会科学院



中科院成都文献情报中心

中华智库研究中心

2018年11月

研究团队

项目顾问

李后强 四川省社会科学院党委书记、教授

张志强 中国科学院成都文献情报中心主任、研究员

项目负责

姚乐野 四川省社会科学院副院长、教授

项目执行

方 茜 四川省社会科学院政治学研究所所长、研究员

廖冲绪 四川省社会科学院科研处处长、研究员

执笔组成员

方茜、段莉、池瑞瑞、里昕、李景峰、袁月、周冬

数据组成员

廖冲绪、柴剑锋、袁月

文奕、房俊民、张鑫、肖国华、陈云伟（中国科学院成都文献情报中心）

摘要

《中华智库影响力报告》（以下简称《报告》）是四川省社会科学院与中国科学院成都文献情报中心协同创新的成果。今年是《报告》在全国发布的第四年。四年来，世界政治、经济发生重大变化，发展的不确定性加剧。中国作为全球经济复苏的“火车头”，更需要智库的强大支撑。

作为国内为数不多的、专注于智库研究的团队，这份原创性报告承载着我们的情怀。我们寄希望于有益的知识发现给智库以提示，为政策制定者提供一味鲜美的思想原汤。今年的《报告》从四个方面展开，主要的研究发现如下：

第一、立足智库评价研判中国特色新型智库的结构变化。

基于中国特色新型智库影响力层次分析结构模型，采用主客观数据相结合的评价模式，我们对中国大陆地区及港澳台地区的智库进行了评价。评价的客观数据来源于我们在 2014 年建立的“中华智库研究大数据平台”。

《报告》从决策、专业、舆论、社会和国际影响力五个角度，对国家级智库、地方性智库、高校智库、社会智库和港澳台智库进行了评价。今年参评智库达到 480 家，较往年有所增加。2017 年我国综合影响力排名前 10 位的智库为：中国科学院、中国社会科学院、国务院发展研究中心、上海社会科学院、中共中央党校、中国工程院、中共中央政策研究室、北京大学国家发展研究院、全球化智库、国务院研究室。

在对智库排名的同时，我们提炼出中国智库的结构特征：2014-2017 年，我国优质智库持续向京津冀城市群、长三角城市群、珠三角城市群、成渝城市群四大板块集聚。值得注意的是，2017 年智库“北上”增势停滞且有所回落，重心向珠三角城市群和成渝城市群转移。四类智库的递进关系为“国家级智库>高校智库>社会智库>地方性智库”，与 2016 年保持一致。2017 年，专业影响力不再是智库的最大短板，取而代之的是社会影响力。智库对会议讲座的偏好逐渐固化，国际与国内会议的结构保持在 1:2，两类会议的高峰期都出现在 11 月。

第二、分析智库在热点议题和重大活动中的表现，挖掘智库的行为信息。

我们既对热点议题的高贡献作者和高贡献智库做了分析，又对智库大事记里隐藏的行为选择进行了讨论。

2017 年排名前 10 的热点议题有“大数据”“互联网+”“新媒体”“十九大”等。智库对热点议题的介入逐渐向操作层面延伸，议题的落地性、国际化和聚焦性也更明显。今年我们对国务院发展研究中心、中国社会科学院、中共中央党校等 10 家热点智库做了个案剖析，巩固专长、热点聚焦和团队协作是这些智库的典型特征。

通过观察智库行为，我们发现，2017年活跃智库的类型更多，智库联盟成为活动主角，媒体智库在广度上进行拓展。从活动内容来看，智库更加关注世界性议题和区域合作，围绕中央和地方的热题展开活动。在扩大影响力上，智库偏好连续且重要的会议，集合多方力量推动公共外交活动。

第三，从分工视角考察不同类型的智库，明确智库分类建设的必要性。

2015年以来，国内智库分工呈现“+”“-”“×”三大特征，形成了价值链、产业链的并进格局。分工策略取决于智库类型及所处的状态，由此我们对媒体智库、国关智库和社会智库做了分类探索。

首先，聚焦第一财经、光明智库、封面智库和紫金传媒四家标杆媒体智库。这些媒体智库的高影响力有三个支撑点，即依托权威主流媒体实现快速发展、发挥多元渠道与高量级用户作用、以专业运营人才锻造智库高品质。需要注意的是，标杆媒体智库不具有同一性，差异化发展的特征也较明显。

其次，我们对国际关系类智库做了开拓性思考。针对65家国关智库，从数量、空间、结构、活动等角度把握国关智库概况。国际化程度偏高、发展求专不求大、坚持战略性和前瞻性、重视成果转化和传播等，是国关智库发展的基本特征。可以从有针对性的“去病”、培育复合型高端人才、强化智库社会功能、扶持壮大优质智库等角度，对国关智库进行改革。

再次，回应2017年国家出台的社会智库政策，我们从顶层设计角度做了一些思考。2017年，社会智库发展表现出优质智库实力增强、专注特色议题开发、智库格局两级分化、二轨外交有序延展、引领和带动力提升五大特征，逐步从“野蛮生长”走向“有序成长”。

第四，基于智库建设中存在的问题，提出智库分类建设的建议。

当前我国智库建设面临“分类解决问题的需求更突出”“关注影响力而不是品牌塑造”“人才需要‘填空’与‘激活’”“产业化缺乏大市场和大生产”等共性与个性的问题。

我们认为，中国智库发展要关注五点：一是警惕“外部反思”的负面影响，促进各界对中国道路的深刻理解。二是不能围绕态度做文章，专家言辞应建立在扎实的理论及严密的逻辑之上。三是市场在智库领域的作用要定位在适度发挥，而不是起决定性。四是智库国际化而不是美国化，不能将美国的标准作为国际化标准，也不能将西方发达国家的标准当做比发展中国家更好的标准。五是要围绕品牌塑造来扩大影响力。为此，我们提出“树立针尖意识，准确有力发声”“以百年老店精神打造一流智库”“实施人才新政，培养高精梯队”“扩大市场容量，提升运行效率”“不盲从国际化，多路径促融合”五点智库分类建设的建议。

Executive Summary

The Chinese Think Tanks Influence Report (hereinafter referred to as the Report) is the result of collaborative innovation of the Sichuan Academy of Social Sciences and Chengdu Library and Information Center, Chinese Academy of Sciences. This year is the fourth year that the "Report" is released nationwide. Over the past four years, the political and economic climates of the world have undergone major changes, and the uncertainty in the development of world economy has intensified. As the "locomotive" of the global economic recovery, China is particularly in need of the strong support that the think tanks can offer. Produced by one of the very few teams in China that specializes in studying think tanks, this original report is filled with our passion. We hope that the constructive and interesting findings will provide certain insights for the think tanks, where the invaluable knowledge can truly benefit the policy makers as well.

This year's "Report" is composed of four aspects. The main findings are as follows:

I Based on the think tanks, evaluated and examined the structural changes of the new types of think tanks featuring Chinese characteristics.

Rooted in the hierarchical model of the influence analysis for the new types of think tanks featuring Chinese characteristics, we examined the think tanks in mainland China, Hong Kong, Macao and Taiwan, by applying the evaluation model combining subjective and objective data. The objective data of the evaluation was sourced from the "China Think Tank Research Big Data Platform" that we established in 2014.

From a total of five perspectives being decision-making, professionalism, public opinion, social influence and international influence, the Report evaluated national-level think tanks, local think tanks, university think tanks, social think tanks, and think tanks from Hong Kong, Macao and Taiwan. This year's Report examined the influence of 480 think tanks, where the number of think tanks involved has increased compared to previous years. The top 10 Chinese think tanks in terms of comprehensive influence in 2017 are: Chinese Academy of Sciences, Chinese Academy of Social Sciences, Development Research Center of the State Council, Shanghai Academy of Social Sciences, Party School of the Central Committee of C.P.C, Chinese Academy of Engineering, Policy Research Office of the CPC Central

Committee, Peking University National School of Development, Center for China & Globalization, Research Office of the State Council.

While working on the ranking, we extracted the structural characteristics of the Chinese think tanks in 2017: from 2014 to 2017, China's high-quality think tanks continued to concentrate in four national urban agglomerations, namely, the Beijing-Tianjin-Hebei urban agglomeration, the Yangtze River Delta urban agglomeration, the Pearl River Delta urban agglomeration, and the Chengdu-Chongqing urban agglomeration. Notably in 2017, the think tanks' "Northward" growth momentum has stagnated and even fallen back, where the focus has shifted to the Pearl River Delta urban agglomeration and Chengdu-Chongqing urban agglomeration. The progressive relationship of the four types of think tanks can be described as "national-level think tanks > university think tanks > social think tanks > local think tanks", which is consistent with that of the 2016 year. However in 2017, professional influence is no longer the biggest shortcoming of the think tanks, instead, it is the social influence. Moreover, the think tank's preference for conference lectures has gradually solidified. The proportional structure of international and domestic conferences remained at 1:2, where the peak periods of international and domestic conferences both occurred in November.

II Analyzed the performance of think tanks in hotspot topics and major events, obtained the behavioral information of think tanks.

We have analyzed both high-contribution authors and high-contribution think tanks on hot topics. In addition, we discussed the hidden behavioral choices by studying think tank memorabilia.

The top 10 hotspot topics in 2017 include "Big Data", "Internet +", "New Media" and "The 19th National Congress of the Communist Party of China (CPC)". The involvement of think tanks in hot topics has gradually extended to the operational level. The landing, internationalization and focus of the topics are also becoming clearer. This year, we conducted case studies on 10 hotspot think tanks such as the Development Research Center of the State Council, the Chinese Academy of Social Sciences, and the Party School of the Central Committee of C.P.C. Typical characteristics of these think tanks include the expertise in strengths consolidation, being hotspot-focused, and collaboration of teamwork.

By observing the behaviors of think tanks, we found that the number of active think tanks has increased in 2017, where the think tank alliance has become the protagonist of events, and the scale of media think tanks has enlarged. From the perspective of

event activities, think tanks paid relatively more attention to world issues and regional cooperation, and the activities were carried out around the central and local hotspots. As to enhancing their influences, think tanks preferred continuous and important meetings, and gathered multiple forces to promote public diplomacy.

III Examined different types of think tanks from the perspective of labor divisioning, and confirmed the necessity of categorized construction of think tanks.

Since 2015, the division of labor with Chinese think tanks has presented three characteristics, being “+”, “-” and “×”, forming a parallel pattern in value chain and industrial chain. The labor divisioning strategy depended on the type of think tank and its situation. Hence, we conducted categorized research on media think tanks, the international relations think tanks and the social think tanks.

First of all, we focused on the four benchmark media think tanks, namely, Yicai Media Group, the Center for Think Tank Research and Publishing at Guangming Daily, Cover Institute and Zijin Media Think Tank. The profound influence these four think tanks had were supported by three struts, including the ability to achieve rapid development via the authoritative mainstream media, the ability to take advantage of multiple channels and develop high-volume users, and the ability to warrant high quality via professional operation talents. It is worth noting that the benchmark media think tanks had no unification, while the characteristics of differentiated development were also obvious.

Secondly, we conducted pioneering analysis on the international relations think tanks. Sampling from a total of 65 international relations think tanks, we managed to grasp the overall state of the international relations think tanks in terms of quantity, space, structure and activities. The basic characteristics of such think tanks include high internationalization, specialization-oriented instead of size-oriented, the persistence in strategic and forward-looking, and the emphasis on the transformation and dissemination of research results. There are four pathways through which to reform the current international relations think tanks: to apply targeted diagnose and remediation, to support and raise up multi-skills high-end talents, to enhance the social function of think tanks, and to develop and support high-quality think tanks.

In addition, in response to the social think tank policy introduced by the state government in 2017, we made some considerations from a top-down planning perspective. In 2017, the social think tanks development demonstrated five characteristics: the strength of high quality think tanks has been further advanced, the

focus on the exploration of featured topics, pattern polarization of think tanks, orderly extension of double-track diplomacy, boosting both leading ability and driving ability. Gradually, social think tanks would turn from “savage growth” to “orderly growth”.

IV Based on the existing problems in the construction of think tanks, proposed the categorized construction approach

At present, China's think tank construction were challenged with both common and particular issues, such as “more demand for categorized problem solving”, “focus on influence rather than branding”, “filling in the blanks' and ‘activation' of talent pool”, and “industrialization lacking big market and big production”, etc.

We believe that the development of China's think tanks should focus on five key points: Firstly, we must be alert as to the negative impact of "external reflections" and to promote a thorough understanding of the Chinese way. Secondly, working with attitudes should be avoided. Experts' opinions should be based on solid theory and rigorous logic. Thirdly, the role of the market in the field of think tanks should be positioned in a moderate level, not in a decisive level. Fourthly, think tanks are to be internationalized rather than Americanized. American standards should not be applied as international standards, nor can Western developed countries' standards be regarded as better standards than that of the developing countries. Lastly, to enhance the influence via branding is important.

In this regard, we propose five categorized construction suggestions, namely, "to establish needle-point-like awareness, present opinions accurately and forcefully", "to build first-class think tanks with the craftsmanship spirit of a longevous enterprise", "to implement a new talent policy, raise up an elite team", "to ramp up market capacity and improve operational efficiency" and "do not blindly internationalize, but to adopt multi-pathway integration".

目 录

舵正风满 行稳致远.....	1
一、多形态的智库分工与双链格局.....	4
(一) 智库分工的动态变化.....	4
1.分工+的“集”字诀.....	4
2.分工-的“简”字诀.....	4
3.分工×的“融”字诀.....	5
(二) 智库分工的静态表征.....	5
1.遵从微笑曲线的价值链分工.....	5
2.“上重下轻”的产业链分工.....	6
二、2017年中华智库影响力评价.....	8
(一) 指标体系、数据及赋权.....	8
1.指标体系.....	8
2.数据采集.....	9
3.赋权方法.....	10
(二) 评价对象与评价分类.....	11
(三) 中华智库影响力排名.....	11
1.综合影响力排名.....	12
2.分项影响力排名.....	12
3.分类影响力排名.....	15
(四) 2017年智库结构特征.....	17
1.优质智库集聚重心发生转移.....	17
2.四类智库差序格局趋于稳定.....	20
3.社会影响力成为发展最短板.....	20
4.智库会议讲座偏好逐渐固化.....	20
三、基于热点议题的影响力分析.....	24
(一) 议题筛选及贡献度计算.....	24
1.排名前20的议题.....	24
2.学者及智库贡献度.....	25
(二) 十大议题的学者和智库影响力.....	26

1. 一带一路.....	26
2. 大数据.....	27
3. 互联网+.....	28
4. 新媒体.....	29
5. 党的十九大.....	30
6. 从严治党.....	31
7. 人工智能.....	32
8. 绿色发展.....	33
9. 经济增长.....	34
10. 脱贫攻坚.....	35
(三) 2017 年热点议题的特征分析.....	37
四、热点智库影响力分析.....	38
(一) 智库备选池及热点智库筛选.....	38
(二) 智库研究主题及高贡献专家.....	40
1. 国务院发展研究中心.....	40
2. 中国社会科学院.....	40
3. 中共中央党校.....	41
4. 国家行政学院.....	42
5. 清华大学国情研究院.....	43
6. 中国国际经济交流中心.....	43
7. 腾讯研究院.....	44
8. 上海社会科学院.....	45
9. 人民网新媒体智库.....	46
10. 广西大学中国贫困治理与社会政策研究中心.....	46
(三) 2017 年热点智库重要特征.....	47
五、基于大事记的智库行为分析.....	49
(一) 智库行为主体分析.....	49
1. 活跃智库类型更加丰富.....	49
2. 媒体智库倾向广度拓展.....	49
3. 智库联盟成为活动主角.....	50
(二) 智库行为内容分析.....	52

1.关注世界议题和区域合作.....	52
2.围绕中央和地方热点活动.....	52
(三) 智库行为影响力分析.....	53
1.以连续且重要的会议扩大影响力.....	53
2.集合多方力量推动公共外交活动.....	53
六、标杆媒体智库的影响力塑造.....	56
(一) 标杆媒体智库概况.....	56
(二) 标杆媒体智库高影响力支撑.....	58
1.依托权威主流媒体实现快速发展.....	58
2.发挥多元渠道与高量级用户作用.....	58
3.以专业运营人才锻造智库高品质.....	59
(三) 标杆媒体智库差异化发展要点.....	59
1.立足机构定位打造特色产品.....	59
2.围绕聚焦领域汇聚专家队伍.....	60
3.根据数据资源挑选研究方法.....	60
(四) 标杆媒体智库的经验共享.....	60
1.打造产品矩阵，发展量力而行.....	61
2.重视数据挖掘，提升分析能力.....	61
3.持续做大流量，推进智识传播.....	61
七、国关智库发展特征及改革路径.....	62
(一) 国关智库的发展概况.....	62
(二) 国关智库的五大特征.....	65
1.国际化程度偏高.....	65
2.发展求专不求大.....	65
3.坚持战略性和前瞻性.....	66
4.重视成果转化和传播.....	66
5.大聚居、小杂居分布.....	66
(三) 国关智库的改革路径.....	67
1.有针对性的“去病”.....	67
2.培育复合型高端人才.....	67
3.强化智库的社会功能.....	67

4.扶持、壮大优质智库.....	68
八、社会智库制度设计与健康发展.....	69
(一) 顶层设计助推智库健康发展.....	69
1.明确智库身份和定位.....	69
2.提高规范化管理水平.....	69
3.鼓励智库抓自体建设.....	70
(二) 2017 年社会智库发展特征.....	70
1.优质智库实力增强.....	70
2.专注特色议题开发.....	71
3.智库格局两极分化.....	71
4.二轨外交有序延展.....	72
5.引领和带动力提升.....	72
九、智库建设中存在的问题及对策建议.....	73
(一) 共性问题与个性问题.....	73
1.分类解决问题的需求更突出.....	73
2.关注影响力而不是品牌塑造.....	73
3.人才需要“填空”与“激活”.....	74
4.产业化缺乏大市场和大生产.....	74
(二) 强化智库分类建设的建议.....	74
1.树立针尖意识，准确有力发声.....	75
2.以百年老店精神打造一流智库.....	76
3.实施人才新政，培养高精梯队.....	76
4.扩大市场容量，提升运行效率.....	77
5.不盲从国际化，多路径促融合.....	77

表 目 录

表 1 智库影响力评价指标体系.....	8
表 2 综合影响力排名第 1-10 名.....	12
表 3 决策影响力排名第 1-10 名.....	12
表 4 舆论影响力排名第 1-10 名.....	13
表 5 社会影响力排名第 1-10 名.....	13
表 6 专业影响力排名第 1-10 名.....	14
表 7 国际影响力排名第 1-10 名.....	14
表 8 国家级智库影响力排名第 1-10 名.....	15
表 9 地方性智库影响力排名第 1-10 名.....	15
表 10 高校智库影响力排名第 1-30 名.....	16
表 11 社会智库影响力排名第 1-10 名.....	17
表 12 港澳台智库影响力排名第 1-10 名.....	17
表 13 四类智库综合排名上榜数（2017 年）.....	20
表 14 举办会议较多的智库及分类（2017 年）.....	21
表 15 举办讲座较多的智库及分类（2017 年）.....	22
表 16 议题热度得分及排序（2017 年）.....	25
表 17 “一带一路”议题高贡献学者和高贡献智库.....	26
表 18 “大数据”议题高贡献学者和高贡献智库.....	27
表 19 “互联网+”议题高贡献学者和高贡献智库.....	29
表 20 “新媒体”议题高贡献学者和高贡献智库.....	30
表 21 “十九大”议题高贡献学者和高贡献智库.....	31
表 22 “全面从严治党”议题高贡献学者和高贡献智库.....	32
表 23 “人工智能”议题高贡献学者和高贡献智库.....	33
表 24 “绿色发展”议题高贡献学者和高贡献智库.....	34
表 25 “经济增长”议题高贡献学者和高贡献智库.....	35

表 26 “脱贫攻坚”议题高贡献学者和高贡献智库.....	36
表 27 十大热点议题活跃度前 50 强智库（2017 年）.....	39
表 28 热点智库前 20 强（2017 年）.....	39
表 29 国内主要智库联盟.....	51
表 30 智库举办的重要会议（2017 年）.....	54
表 31 标杆媒体智库概览.....	57
表 32 标杆媒体智库的高影响力支撑.....	59
表 33 标杆媒体智库差异化特征.....	60
表 34 国际关系类智库.....	62
表 35 社会智库综合影响力排名变化情况.....	71

图 目 录

图 1 系统数据来源和质量保证机制.....	9
图 2 综合排名前 100 位的智库空间分布变化.....	18
图 3 四类优质智库的空间分布变化.....	19
图 4 智库举办国际、国内会议情况（2017 年）	21
图 5 “一带一路” 议题核心内容（2017）	26
图 6 “大数据” 议题核心内容（2017 年）	27
图 7 “互联网+” 议题核心内容（2017 年）	28
图 8 “新媒体” 议题核心内容（2017 年）	29
图 9 “党的十九大” 议题核心内容（2017 年）	30
图 10 “全面从严治党” 议题核心内容（2017 年）	31
图 11 “人工智能” 议题核心内容（2017 年）	32
图 12 “绿色发展” 议题核心内容（2017 年）	34
图 13 “经济增长” 议题核心内容（2017 年）	35
图 14 “脱贫攻坚” 议题核心内容（2017 年）	36
图 15 热点智库备选池.....	38
图 16 国务院发展研究中心的研究主题（2017 年）	40
图 17 中国社会科学院的研究主题（2017 年）	41
图 18 中共中央党校的研究主题（2017 年）	41
图 19 国家行政学院的研究主题（2017 年）	42
图 20 清华大学国情研究院的研究主题（2017 年）	43
图 21 中国国际经济交流中心的研究主题（2017 年）	44
图 22 腾讯研究院的研究主题（2017 年）	44
图 23 上海社会科学院的研究主题（2017 年）	45
图 24 人民网新媒体智库的研究主题（2017 年）	46
图 25 广西大学中国贫困治理与社会政策研究中心主题（2017 年）	47

图 26 热点智库研究主题扩展网络（2017 年）	47
图 27 新兴热点智库内部合作网络（2017 年）	48
图 28 媒体智库的合作网络（2017 年）	50
图 29 智库联盟的合作网络（2017 年）	50
图 30 智库重大活动的议题（2017 年）	52
图 31 围绕热点开展行动（2017 年）	53
图 32 中国智库与中国外交（2017 年）	54
图 33 国关智库分布情况.....	64
图 34 国际关系类智库关系图（2017 年）	64

舵正风满 行稳致远

2017年，中国智库建设迈入第4年。从规模递增形成破局张力，到结构调整建构当下格局，摆脱“吹糠见米”的思维，回归对严肃意义探索，中国智库在“升温激进——保温稳进——降温精进”的过程中历练。从结构来看，小部分智库占据价值链的高附加值两端，大部分智库处在低附加值的制造环节。向微笑曲线两端进军，成为过去4年中国智库的行为素描。

2017年，中国新型智库建设呈现“**稳**”的三大特征。

一来“稳舵”。党和国家为智库发展设了方向、划了边界，智库建设不再散打、任性。党的十九大报告将“智库建设”嵌入“牢牢掌握意识形态工作领导权”这一主旨，强化智库对意识形态工作的责任担当。智库建设有了正确的“形而上”，在马克思主义理论引领下，适应中国的土壤和气候，开花并结果。

二来“稳势”。我国智库建设承接了中国经济的发展特征——存量改革为主、增量改革为辅。一方面，存量改革以稳健而不激发强烈的社会矛盾著称，在智库建设进程中持续而有力地释放正能量。另一方面，增量改革催生“小而美”的各色智库，既维护了智库生态的多样性，又夯实了智库生态圈的基石。2017年，九部门联合出台《关于社会智库健康发展的若干意见》，足见党和国家对智库建设求好不求量、求稳不求快的定位。

三来“稳局”。倾斜政府的党政军智库、倾斜市场的社会智库，以及处在“三明治夹层”的高校智库，形成三足鼎立格局。2017年，高校智库在两类智库（党政军智库、社会智库）发展势头消减后强势跟进。虽然高校智库与高校学科建设的关系并不明朗，重要性也未见拔高，但强大的研究实力、学科背景和人才后盾，使其必然成为我国智库建设的后发优势。

以上三个特征对智库发展有一定的滴定作用。“稳舵”给智库指定了跑道，“稳势”抑制了野蛮生长，“稳局”为结构优化提供了可能。但就名家误诊误断事件、一些智库借权威效应快速“上位”的做法来看，智库建设仍处在混沌期，思想的轻薄化、碎片化问题依旧严重。智库建设引领者必须跳出“智库是百利无

一害”这个假设，确保智库的价值观、产品的科学性，以及传播的观点经得起公认的逻辑规律和经验事实的检验。

今年是《中华智库影响力报告》在全国发布的第四年。四年来，世界的政治、经济发生重大变化，发展的不确定性加剧。中国作为全球经济复苏的“火车头”，更需要智库的强大支撑。作为国内为数不多专注于智库研究的团队，这份原创性报告承载着我们的情怀。我们寄希望于**有益的知识发现**给智库以提示，为政策制定者提供一味鲜美的思想原汤。

今年的报告我们围绕智库影响力做了七件事：

第一，探索智库的分工问题（参见第一部分）。分工是智库发展到一定阶段的产物。2015年以来，国内智库分工呈现“+”“-”“×”三大特征，形成了价值链、产业链的并进格局。放弃“独活”的思想，建立“共活”的意识，在“活”的质量上涵养外部性。以内养外、以外促内，内外兼修成为我国智库发展进程中最为重要的分工特征。

第二，对智库影响力进行评价和排名（参见第二部分）。今年参评的智库达到480家，其中高校智库255家。在对智库进行综合排名、分项排名和分类排名的同时，我们提炼出2017年中国智库的结构性特征。比较有意思的发现是：优质智库集聚的地理重心发生转变；四类智库的差序格局趋于稳定；社会影响力成为发展的最短板；智库对会议讲座的偏好不断固化。

第三，通过分析2017年智库在热点议题和重大活动中的表现，挖掘智库的行为信息（参见第三、第四部分）。我们既对热点议题的高贡献作者和高贡献智库做了分析，也对智库大事记里隐藏的行为选择做了讨论（参见第五部分）。此外，在第三部分，我们还从智库备选池中挑选出热点智库，对这些智库2017年的研究主题及高贡献专家做了概述。

第四，今年我们对媒体智库做了进一步探索（参见第六部分）。与去年不同，今年的分析视角瞄准标杆智库。第一财经、光明智库、封面智库和紫金传媒，四家媒体智库的“上位”策略各有不同。客观地说，对标看齐的做法并不适应每个智库。但就智库建设者来说，标杆智库的做法无疑是具有启发性的。

第五，对国际关系类智库做了开拓性的思考（参见第七部分）。国际关系类智库（简称“国关智库”）的繁衰是一国与世界各国关系的映射。相比媒体智库，

国关智库是低调和任性的一派。有影响力的国关智库通常会把战略性和前瞻性作为生存之道，其“求专不求大”的常态性思维，既保障了智库的高质量发展，也提高了智库的进入壁垒。

第六，对应国家出台的政策，我们从顶层设计角度对社会智库做了一些探讨（参见第八部分）。2017年，熟谙市场规律、因应市场发展的社会智库，开启了从“野蛮生长”向“有序成长”的转型之门。

第七，在分析各类智库特征的基础上，我们给出了智库分类建设的几点建议（参见第九部分）。

报告采用了主客观数据相结合的评价模式。为了获取评价的客观数据，2014年我们建立了“**中华智库研究大数据平台**”。经过四年的持续改进，该平台的数据采全率、采准率不断提升。该平台是我们的创新之一，也是让我们的工作区别于其他智库评价的基础。

去年报告发布后，我们得到许多智库的反馈，对希望加入评价的智库也尽量满足。但作为一项长期性的研究，**我们希望智库不过分看重评价结果**。一方面，过度信任评价会抑制智库的特性，引致智库行为的“泛标准化”；另一方面，在评价对象高度集聚的状态下，激烈的竞争可能引发评价部门的寻租行为。智库评价一旦成为“指挥棒”，有可能导致逆向选择和道德风险，扭曲智库行为。而这一点并不是我们乐见的。

为尽可能减少“洞穴假象”，今年我们的团队增加了国际关系和政治学专业的学者。伴随着学科范围的扩大，思维的视角更为开敞。感谢CTTI，我们的备选智库参考了他们的选择。感谢CiteSpace、Sci2等软件发明者的无私分享，感谢专家团队给予本报告的专业建议和严格监督，也感谢研究同行对我们的启发。他们的批评或称赞都是鼓励我们走下去的力量。我们珍视他们的建议，也渴望得到更多的帮助。另外，为了便于读者参考或进一步研究，我们把今年的“智库大事记”“国关智库大事记”资源放到了网上（www.chinesethinktanks.cn），请读者自行查阅。

一、多形态的智库分工与双链格局

分工是智库发展到一定阶段的产物。近年来，我国智库分工开始加速，表现为“+”“-”“×”三大形态，目的是促进智库从价值链低端向高端转移，从初加工向深加工挺进。深化分工意味着，新型智库放弃了“独活”的思想，建立起“共活”的意识，在“活”的质量上涵养外部性。以内养外、以外促内，内外兼修成为我国智库发展进程中最为重要的分工特征。

（一）智库分工的动态变化

1. 分工+的“集”字诀

“集”字诀是分工的加法，主要表现为处在同一层面的智库松散合作，形成网络状的“朋友圈”。智库联盟是“集”的主要表现。如中国沿边省区新型智库战略联盟、山东智库联盟、全国“一带一路”沿线城市智库联盟、“海上丝绸之路”国际智库联盟等区域性联盟；上海高校智库联盟、中国运输与物流智库联盟、中央企业智库联盟、全国地方科技智库联盟、高校高端智库联盟等行业型联盟；互联网治理智库联盟、“一带一路”智库合作联盟、全球贸易与创新政策联盟、对非投资智库联盟、中国自由贸易试验区法治智库联盟等主题型联盟。智库联合举办会议是“集”的另一种表现。如福卡智库与第一财经联合主办“福卡智库·第一财经趋势论坛”，中国社会科学院国家全球战略智库、光明智库、国际关系学院联合主办“2017年金砖国家智库论坛”。

2. 分工-的“简”字诀

“简”字诀是分工的减法，主要表现为基于提升专业性的需要，智库剥离原有的一些弱势职能，交由外部力量承担，即以我为主，借力发展。“分工-”的现象常见于智库外借传媒的力量，宣介智库产品，扩大智库影响力。如北京师范大学社会治理与公共传播研究中心和人民网新媒体智库联合发布《社会治理舆情报告》，中国社会科学院京津冀协同发展智库和中国社会科学出版社联合发布《京津冀协同发展指数报告（2016）》。这些都是智库剥离传播职能，提升传播效能，

推进“分工一”的重要表现。

3. 分工×的“融”字诀

“融”字诀是分工的乘法，主要表现为智库通过形式和内容嵌入彼此，合作打造产品或服务，实现乘数效应。具体来看，有两大协同模式。一是知识协同。智库运用多学科的方法和技术，消除“知识孤岛”，为问题解决提供一揽子方案。如四川省社会科学院与中科院成都文献情报中心协同打造《中华智库影响力报告》。国务院发展研究中心与“一带一路”沿线国家的40余家知名智库，以及联合国开发计划署、联合国工业发展组织、经合组织发展中心等国际机构，共同发起成立“丝路国际智库网络”。“丝路国际智库网络”是智库实现知识协同的重要样本。二是功能协同。智库依托研究、传播等比较优势，实现一体化发展。如南京大学和光明日报智库研究与发布中心联合打造CTTI在线索引系统、中国智库治理论坛等五大智库产品，国务院发展研究中心、中国经济时报社联合成立的国研经济研究院。

（二）智库分工的静态表征

在分工演进中，我国智库已形成价值链、产业链并进格局。在研发、生产、营销构成的价值链上，我国智库分工集中于生产板块，保留了微笑曲线的基本特征。在原材料、初加工、精加工、配套产品构成的产业链上，智库的分工集中在初加工领域，深加工、数据库建设，以及周边产品打造成为未来发展趋势。

1. 遵从微笑曲线的价值链分工

从价值链来看，我国智库遵从微笑曲线（U型）“两头高，中间低”的特征，即智库价值着力点集中在“生产”，上翘的两端（研发、营销）偏弱。

在产品研发上，我国智库坚持两条腿走路，即内生性议题与外部性议题兼顾。内生性议题由智库的专家委员会（学术委员会）根据智库传统优势和发展定位确定。该类议题通常具有延续性、系统性和长远性特征。外部性议题主要由市场导向，是智库通过竞争性谈判或磋商获得议题发包方（各级政府、各类组织）委托授权的项目，一般具有灵活性、分散性和时效性。从现状来看，智库的内生性议

题设计容易受领衔专家（专家组）学术权威的影响，议题设计虽有战略高度，但广度偏窄，与多元化、个性化的市场需求缺乏对接。市场驱动的议题设计易受发包方的“意志”影响，存在路径固化、定向定人定库的问题，实现智库之间的公平竞争缺乏制度保障。整体上，我国智库在议题设计上偏好“跟着感觉走”，超越当下、未雨绸缪，带有突破性的议题设计较少。

在产品营销上，我国智库存在营销不足与营销过度两大问题。大部分智库表现为营销不足，对产品营销的重要性缺乏认识，对旧的营销策略依赖性大，对新的营销手段、营销技巧难以接纳或介入少。一部分智库在营销上有所建树，传统媒体、新媒体运用得体。如杭州国际城市学研究中心为推动智库在城市建设领域的国内外影响力，搭建起集网站、微博、期刊、专报、报纸、电视、电台“七位一体”的对外营销宣传平台。察哈尔学会根据不同受众特点进行智库产品营销：《公共外交季刊》主要面向外交等涉外部门；《察哈尔快讯》主要面向公共外交决策者和实践者；《公共外交概论》主要面向大学生和研究生；《察哈尔公共外交丛书》主要面向研究机构和科研人员；通过海外发文的方式向海外受众传播学会动态。此外，也有少数智库重产品形式宣传，轻产品内容深耕，出现“过度营销”的苗头。

2. “上重下轻”的产业链分工

从产业链来看，我国智库呈现“上重下轻”的发展特征，即从事“初加工”的上游型智库较多，从事“深加工”的下游型智库偏少，着力优质原料、素材（数据库建设）和配套产品（智库服务）生产的智库十分稀缺。

智库评价和智库评估服务为深加工阶段的智库产品。近年来，我国智库打造的“评价产品”有上海社会科学院智库研究中心的《中国智库报告》、零点国际发展研究院和中国互联网新闻中心联合发布的《2014 中国智库影响力报告》^①、光明日报智库研究与发布中心和南京大学中国智库研究与评价中心的《中国智库网络影响力》、四川省社会科学院和中国科学院成都文献情报中心的《中华智库影响力报告》、清华大学公共管理学院智库研究中心的《智库大数据报告》等。评估服务是指，智库以第三方身份接受政府部门和各类组织委托，对公共政策和

^①零点研究咨询集团已更名为“北京零点有数数据科技股份有限公司”，简称“零点有数”。

咨询产品做效果评判。如零点有数运用社会调查手段为企业提供市场调查、民意测验、政策性调查和内部管理调查等专业性服务。近年来，我国智库参与公共政策评估的不断增多。如2017年人民智库承担的精准扶贫政策评估。该评估由人民论坛杂志社、人民智库组织发起，依托人民智库设计精准扶贫评价指标，对全国各地、各行业候选经验进行评价。自2010年以来，国务院发展研究中心每年推出一套“国务院发展研究中心研究丛书”，其中不乏公共政策评估的相关成果。如2014年的《生态文明建设科学评价与政府考核体系研究》、2016年的《行政审批改革红利与绩效评价(2013-2015)》等。

在信息服务上，具有数据、资料价值意识的一些智库开始在擅长的领域自建数据库，通过采集整理、积累筛选、挖掘应用数据资源，为智库产品提供数据支撑。如福卡智库、人民网新媒体智库、阿里研究院等。目前，绝大多数智库的自建数据库仅供内部使用，处在各自为阵的发展状态。一部分智库与大数据企业建立合作机制。如封面智库联合封面新闻、中译语通定期发布CGI（封面译见全球指数）。对有自建数据库的智库来说，其已具备精加工素材，打造高端智库产品的潜力。

综上，我国智库分工体现在行为的“动态”与结构的“静态”两个层面，呈现出“加减乘”三大形态。从长远来看，各类智库在发展中会有更多交集，智库分工会持续向着微笑曲线的两端、产业链的中下游延伸。

二、2017 年中华智库影响力评价

影响力既是智库存在感、业内地位的体现，也是智库核心价值的所在。本部分在对国家级智库、地方性智库、高校智库、社会智库和港澳台智库影响力进行评价的基础上，提炼 2017 年中国智库的结构特征。

（一）指标体系、数据及赋权

1. 指标体系

智库影响力评价指标体系与 2014 年保持一致，见表 1。该评价指标体系是以系统理论为基础，通过解析新型智库的系统特性、重要功能和系统构成，在对智库影响力因素进行辨识，充分挖掘智库内涵和功能的基础上，结合先验知识和专家经验构建起来的。

表 1 智库影响力评价指标体系

一级指标	二、三级指标及特征
决策影响力	□政策导向、政策制定和政策评估的能力
舆论影响力	□传播平台：智库机构承办网站；智库专家接受媒体采访报道的频度 □传播内容：对突发公共事件的舆论导向；对重要议题的舆论导向 □传播效果：智库官方微博；智库机构官网访问情况
社会影响力	□公众影响力：智库机构或专家举办公益性讲座；智库公众知晓及认同状况 □助推发展力：助力社会发展政策导向；智库出版的皮书 □创新支撑力：智库专家获得的专利授权；智库获得的省部级以上奖励
专业影响力	□思想启迪能力：顶级专家及精英学者 □知识编码能力：国家级课题立项；智库专家在国内发表的高质量论文；智库专家在国内报纸发表的文章；公开出版的学术专著 □创意扩散能力：智库举办的全国性专业学术会议次数；智库自办刊物
国际影响力	□成果影响：科学引文索引和社会科学引文索引收录论文；论文国际总被引 □国际声誉：智库举办的国际会议；国际合作、学术交流和外脑使用

指标选择遵循四大原则，即评价目标的明确性、指标选取的全面性、指标选取的准确性和指标数据的可获得性。指标体系包括三级指标，其中一级指标 5 个，

分别为决策影响力、舆论影响力、社会影响力、专业影响力和国际影响力。**决策影响力**是指，智库专家参与政策导向、政策制定、政策实施或政策评估，为决策者提供专家意见、辅助决策的能力。**舆论影响力**是指，智库机构或者专家在传播言论过程中影响和改变公众思维、决策和行动的能力。**社会影响力**是指，智库机构或智库专家服务经济社会发展的能力，表现在对公众意识与行为的引导、助力科技进步、帮扶弱势群体等方面。**专业影响力**是指，智库机构或智库专家以专业性、科学性和前瞻性的研究赢得关注和提升公信力的能力。**国际影响力**是指，智库的国际知名度和国际声誉，是智库的学术成果和交流在国际产生的影响。

项目组对每个指标给出了界定和量化方法。对难以采集且在技术层面有争议的指标，我们采用问卷调查、专家打分的方式，如决策影响力。此外，公众知晓及认同状况、助力社会发展政策导向、国际声誉这些指标更多体现的是受众的主观感受，我们也采用了问卷调查的方式。问卷的发送地区涵盖了我国七大经济区、四类智库，由具有高级职称的智库专家、政府官员填写。^①

2. 数据采集

中华智库研究大数据平台”继续为本报告提供数据支撑，该数据平台可通过四川省社会科学院、中国科学院成都文献情报中心合办的“中华智库研究网”（www.chinesethinktanks.cn）进行授权访问。

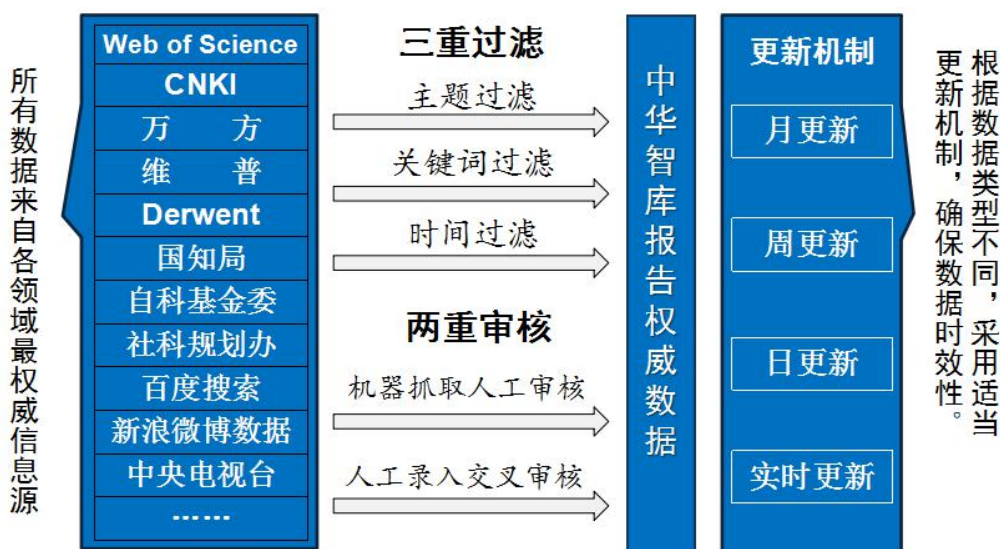


图 1 系统数据来源和质量保证机制

在数据采集中，我们坚持“三重过滤、两重审核”机制（见图 1），采取机

^①四川省社会科学院、中国科学院成都文献情报中心的专家均未参与主观问卷的填写。

器采取与人工录入相结合的方式。人工采集数据主要来源于智库机构、国家科学技术奖励工作办公室，国家自然科学基金委和全国哲学社会科学基金规划办公室，省、自治区、直辖市社科联和科技厅等机构的官方网站等。机器采集数据来源于中国知网（CNKI）、百度新闻，百度学术、佰腾网、德温特专利数据库、ISI Web of Knowledge 数据库、中国社会科学院皮书数据库等。此外，还有部分数据采自 100 余家国家和地方报纸、期刊官方网站，少量数据采自智库机构的微博。

目前，平台收录的智库机构达到 480 家。2017 年新增各类智库相关数据近 20 万条。如在舆论影响力方面，新增专家接收媒体采访数据 5103 条；在专业影响力方面，收录智库专家出版的学术专著 829 本，国内主流期刊和报纸发表的论文 62194 篇；在国际影响力方面，收录各家智库发表的高水平 SCI 或 SSCI 论文 72080 篇。

3. 赋权方法

在赋权这个问题上，本报告采用层次分析法（AHP）。AHP 特点是利用较少的定量信息使决策的思维过程数学化，从而为多目标、多准则或无结构特性的复杂决策问题提供简便的决策方法。

AHP 赋权基本过程如下：（1）基于评价系统的目的、评价指标及替代方案等要素建立多级递阶的结构模型；（2）对同属一级的指标（要素）以上一级的指标（要素）为准则进行两两比较，建立判断矩阵；（3）计算判断矩阵的特征向量以确定各指标（要素）的相对重要度；（4）通过综合重要度计算，确定指标的权重。

一级指标相对重要度的计算方法如下。首先请该领域专家以相对重要性尺度表为比较标准，对指标进行打分，构建判断矩阵 A，见下。

重要度	A ₁	A ₂	A ₃	A ₄	A ₅
A ₁	a ₁₁	a ₁₂	a ₁₃	a ₁₄	a ₁₅
A ₂	a ₂₁	a ₂₂	a ₂₃	a ₂₄	a ₂₅
A ₃	a ₃₁	a ₃₂	a ₃₃	a ₃₄	a ₃₅
A ₄	a ₄₁	a ₄₂	a ₄₃	a ₄₄	a ₄₅
A ₅	a ₅₁	a ₅₂	a ₅₃	a ₅₄	a ₅₅

其中，A₁、A₂、A₃、A₄、A₅ 分别表示决策影响力、舆论影响力、社会影响力、专业影响力和国际影响力。

对 A 矩阵进行运算，通过规范化求得特征向量 ω_i^1 。

$$\omega_i^1 = v_i / \sum v_i \quad i = 1, 2, \dots, 5$$

对判断矩阵 A 的一致性进行检验，若一致性指标 $C.R. = C.I. / R.I. < 0.1$ ($R.I.$ 为平均随机一致性指标)，判断矩阵 A 的一致性是可以接受的。

$C.I.$ 计算公式如下：

$$C.I. = \left(\left(\sum_i ((AW)_i / \omega_i) / n \right) - n \right) / (n-1)$$

式中，A 为判断矩阵，W 为特征向量矩阵， n 为判断矩阵指标数。

按照相同程序，请专家构建舆论影响力、社会影响力、专业影响力和国际影响力下设二级指标的判断矩阵，由此计算出二级指标权重 ω_{ik}^2 ($k = 1, 2, 3, 4, 5$)，并检验。最后，基于三级指标的权重计算出各个指标关于总体的综合权重。

（二）评价对象与评价分类

本报告的评价对象是中国大陆地区和港澳台地区的 480 家智库，评价的重点在大陆地区。把大陆地区智库大致分成四类，即国家级智库、地方性智库、高校智库和社会智库。国家级智库是指隶属于中共中央、国务院以及各部委的智库机构；地方性智库是指服务地方党委政府决策的智库机构，以地方社科院、党校为代表；高校智库是隶属于研究型大学的智库机构；社会智库是由境内社会力量举办且具有法人资格的智库机构。^①

（三）中华智库影响力排名

本报告从三个角度对智库进行排名：一是综合影响力排名，对大陆地区的国家级智库、地方性智库、高校智库和社会智库进行统一排名；二是分项影响力排名，包括决策影响力、舆论影响力、社会影响力、专业影响力和国际影响力排名；三是分类影响力排名，包括国家级智库、地方性智库、高校智库、社会智库和港澳台智库排名。^②

表 2-表 12 的“排名变化”是对 2017 年榜单与 2016 年榜单进行比较，其中“——”表示该智库未进 2016 年榜单。

^①一些高校智库具有社会智库的属性，“两栖”特征明显。

^②因港澳台智库体制机制与大陆智库差异较大，加之数据采集不理想，不进入统一排名。

1. 综合影响力排名

表 2 综合影响力排名第 1-10 名

2017 年排名	智库名称	排名变化
1	中国科学院	升 1 位
2	中国社会科学院	降 1 位
3	国务院发展研究中心	原位次
4	上海社会科学院	原位次
5	中共中央党校	原位次
6	中国工程院	原位次
7	中共中央政策研究室	——
8	北京大学国家发展研究院	降 1 位
9	全球化智库	——
10	国务院研究室	——

2. 分项影响力排名

(1) 决策影响力排名

表 3 决策影响力排名第 1-10 名

2017 年排名	智库名称	排名变化
1	中国社会科学院	原位次
2	中国科学院	升 2 位
3	中共中央政策研究室	升 5 位
4	国务院发展研究中心	降 2 位
5	中共中央党校	降 2 位
6	北京大学国家发展研究院	降 1 位
7	中国工程院	原位次
8	上海社会科学院	降 2 位
9	国务院研究室	——
10	全球化智库	——

(2) 舆论影响力排名

表 4 舆论影响力排名第 1-10 名

2017 年排名	智库名称	排名变化
1	中国社会科学院	升 1 位
2	中国科学院	降 1 位
3	上海社会科学院	升 1 位
4	阿里研究院	——
5	中国工程院	原位次
6	国务院发展研究中心	——
7	全球化智库	升 3 位
8	中国行政体制改革研究会	——
9	福建省委党校	——
10	天津市委党校	——

(3) 社会影响力排名

表 5 社会影响力排名第 1-10 名

2017 年排名	智库名称	排名变化
1	中国科学院	升 1 位
2	中国社会科学院	降 1 位
3	全球化智库	——
4	国务院发展研究中心	降 1 位
5	北京大学国家发展研究院	升 5 位
6	中共中央党校	原位次
7	中国工程院	原位次
8	中国（海南）改革发展研究院	降 4 位
9	中共中央政策研究室	——
10	中国人民大学重阳金融研究院	降 2 位

(4) 专业影响力排名

表 6 专业影响力排名第 1-10 名

2017 年排名	智库名称	排名变化
1	中国科学院	升 1 位
2	中国社会科学院	降 1 位
3	上海社会科学院	原位次
4	中共中央党校	——
5	中国工程院	降 1 位
6	四川省社会科学院	——
7	中国环境科学研究院	原位次
8	国家行政学院	升 1 位
9	上海市委党校	——
10	中国教育科学研究院	——

(5) 国际影响力排名

表 7 国际影响力排名第 1-10 名

2017 年排名	智库名称	排名变化
1	中国科学院	升 1 位
2	中国社会科学院	降 1 位
3	国务院发展研究中心	原位次
4	中共中央政策研究室	——
5	中国工程院	原位次
6	全球化智库	升 4 位
7	北京大学国家发展研究院	原位次
8	中共中央党校	升 1 位
9	上海社会科学院	降 3 位
10	国务院研究室	——

3. 分类影响力排名

(1) 国家级智库影响力排名

表 8 国家级智库影响力排名第 1-10 名

2017 年排名	智库名称	排名变化
1	中国科学院	升 1 位
2	中国社会科学院	降 1 位
3	国务院发展研究中心	原位次
4	中共中央党校	原位次
5	中国工程院	原位次
6	中共中央政策研究室	升 3 位
7	国务院研究室	——
8	国务院参事室	——
9	中国国际问题研究院	降 3 位
10	中国现代国际关系研究院	降 2 位

(2) 地方性智库影响力排名

表 9 地方性智库影响力排名第 1-10 名

2017 年排名	智库名称	排名变化
1	上海社会科学院	原位次
2	四川省社会科学院	升 1 位
3	北京市社会科学院	升 1 位
4	广东省社会科学院	升 1 位
5	江苏省社会科学院	升 3 位
6	山东社会科学院	原位次
7	上海市委党校	降 5 位
8	浙江省社会科学院	升 1 位
9	北京市委党校	升 1 位
10	天津社会科学院	降 3 位

(3) 高校智库影响力排名

表 10 高校智库影响力排名第 1-30 名

2017 年排名	智库名称	排名变化
1	北京大学国家发展研究院	原位次
2	复旦大学发展研究院	升 1 位
3	中国人民大学重阳金融研究院	降 1 位
4	北京大学国际战略研究院	原位次
5	清华大学国际关系研究院	原位次
6	复旦大学美国研究中心	——
7	中国人民大学国家发展与战略研究院	升 1 位
8	清华-布鲁金斯公共政策研究中心	降 1 位
9	浙江师范大学非洲研究院	——
10	清华大学国情研究院	降 5 位
11	武汉大学国际法研究所	——
12	清华-卡内基全球政策中心	降 5 位
13	吉林大学东北亚研究中心	——
14	复旦大学中国经济研究中心	——
15	华南理工大学公共政策研究院	——
16	江苏紫金传媒智库	——
17	中山大学粤港澳发展研究院	——
18	广东国际战略研究院	——
19	清华大学中国与世界经济研究中心	——
20	厦门大学东南亚研究中心	——
21	中国南海研究协同创新中心	——
22	广西大学中国-东盟研究院	——
23	四川大学中国藏学研究所	——
24	江苏长江产业经济研究院	——
25	对外经济贸易大学世界贸易组织研究院	——
26	对外经济贸易大学国际经济研究院	——
27	四川大学南亚研究所	——
28	国际关系学院国际战略与安全研究中心	——
29	华中师范大学中国农村研究院	——
30	复旦大学中国研究院	——

（4）社会智库影响力排名

表 11 社会智库影响力排名第 1-10 名

2017 年排名	智库名称	排名变化
1	全球化智库	升 2 位
2	中国（海南）改革发展研究院	降 1 位
3	盘古智库	升 1 位
4	综合开发研究院（中国·深圳）	升 3 位
5	中国国际经济交流中心	降 3 位
6	阿里研究院	——
7	零点有数	升 3 位
8	中国经济 50 人论坛	降 3 位
9	一带一路百人论坛	降 3 位
10	察哈尔学会	——

（5）港澳台智库影响力排名

表 12 港澳台智库影响力排名第 1-10 名

2017 年排名	智库名称	排名变化
1	香港大学	原位次
2	香港中文大学	原位次
3	香港理工大学	升 7 位
4	香港科技大学	原位次
5	澳门大学	升 1 位
6	台湾大学	降 1 位
7	香港浸会大学	原位次
8	香港特区政府中央政策组	原位次
9	中央研究院（台湾）	原位次
10	香港城市大学	——

（四）2017 年智库结构特征

1. 优质智库集聚重心发生转移

2017年我国优质智库（排名前100位的智库）分布见图3。图中灰色区域表示优质智库少或没有的区域，蓝色区域表示优质智库多的区域，蓝色越深表示优质智库越多。

2014-2017年，我国优质智库在空间上持续集聚，主要表现为蓝色区域逐渐缩小且颜色加深，灰色区域不断扩大，部分介于灰色和蓝色之间的区域消失。空间上看，优质智库持续向四大板块集聚，即以北京为代表的京津冀城市群，以上海为代表的长三角城市群，以广东为代表的珠三角城市群，以成都和重庆为代表的成渝城市群。

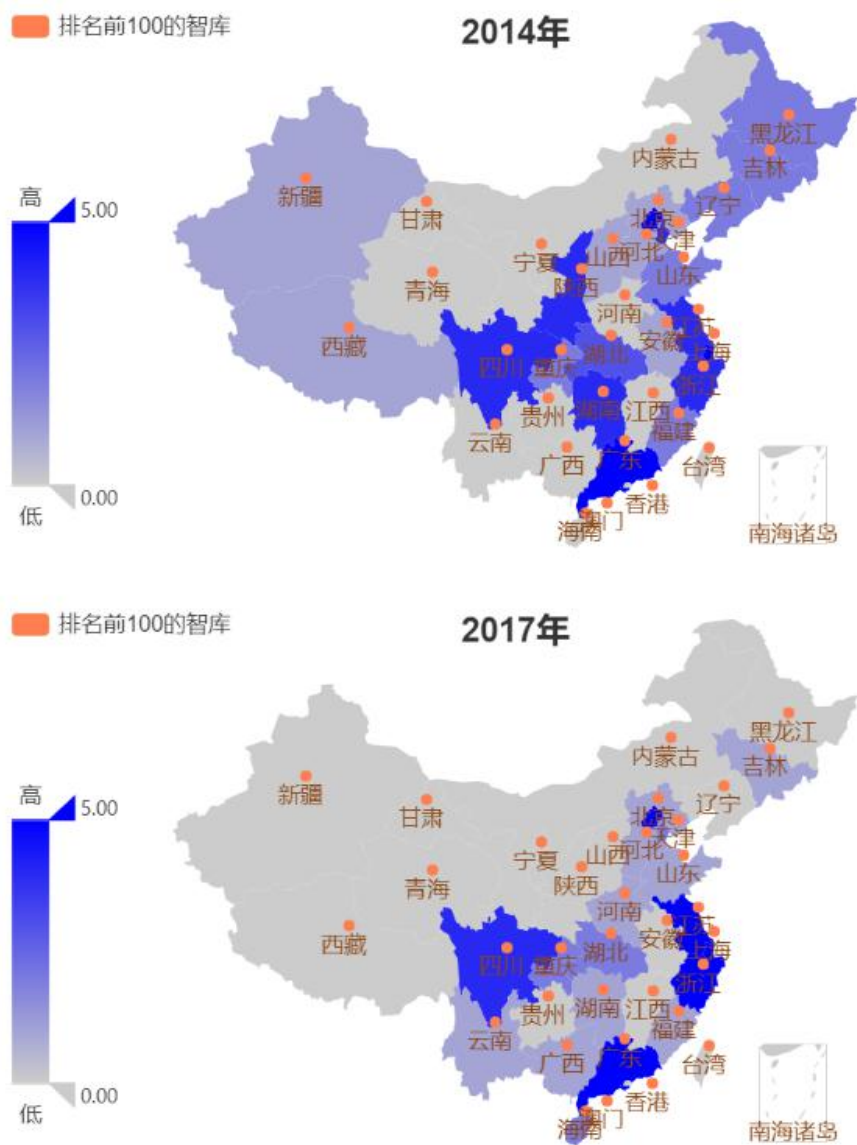


图 2 综合排名前 100 位的智库空间分布变化

31 省市中，拥有优质智库数量最多的地区是北京，其次是上海，第三是广东，

江苏、浙江并列第四，四川位列第六。2017年广东、江苏、浙江和四川的优质智库数量在增加，北京和上海在下降。进一步地说，2017年我国优质智库保持了持续集聚态势，但集聚方位有所改变。“北上”增势停滞且有所回落，集聚重心向珠三角城市群和成渝城市群转移。

优质智库中，国家级智库和社会智库的空间表现为“收紧”，地方性智库和高校智库的空间表现为“放开”。这一特性与地方性智库、高校智库的地缘性吻合。其中，地方性智库向北部延伸，高校智库向南部挺进。

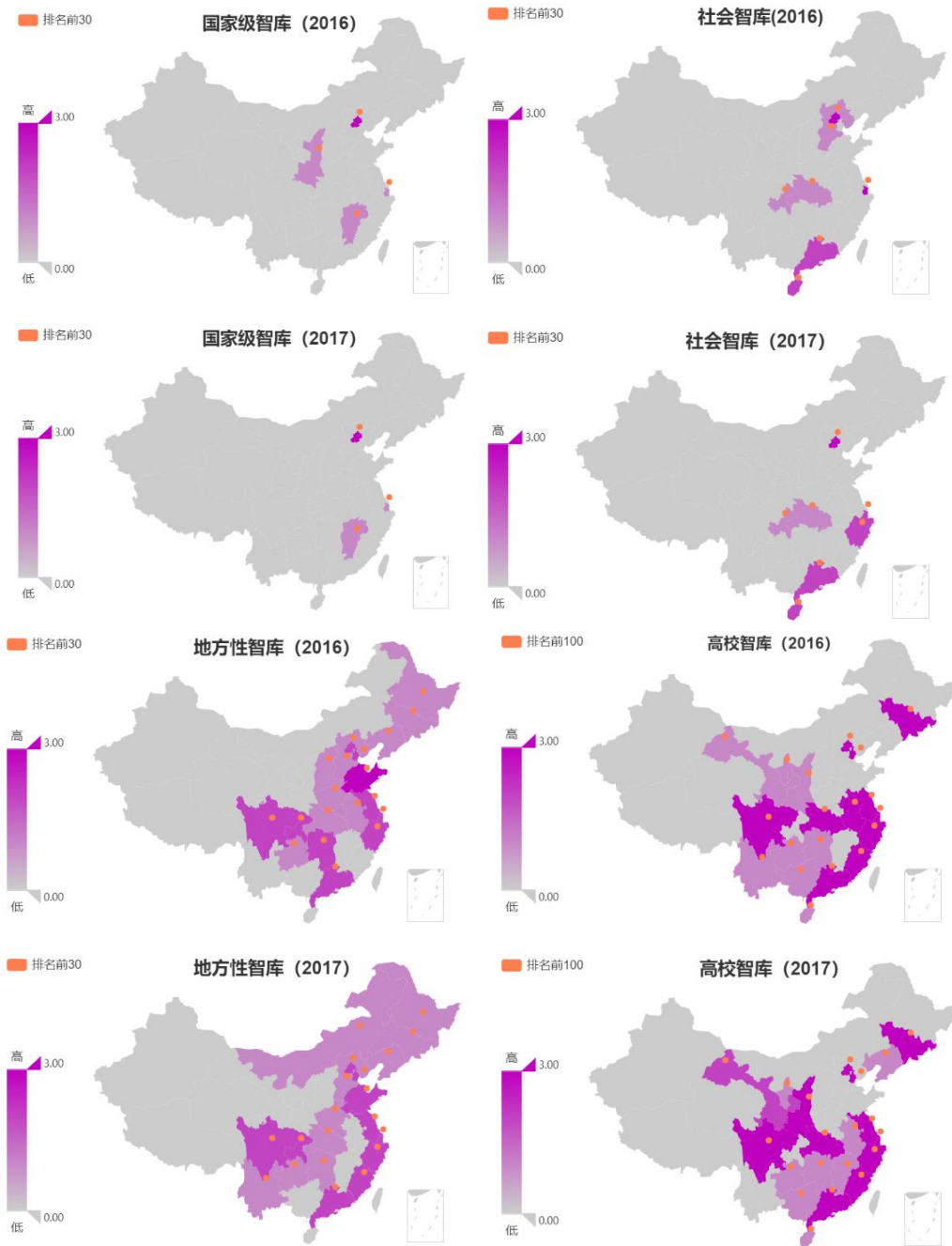


图 3 四类优质智库的空间分布变化

2. 四类智库差序格局趋于稳定

四类智库排名前10、前20、前50、前100的智库分布情况见表13。相较2016年，2017年排名前100的国家级智库增加了1个，地方性智库减少1个，高校智库和社会智库数量未变；排名前50的地方性智库减少了2个，高校智库增加了2个。四类智库的递进关系为国家级智库 > 高校智库 > 社会智库 > 地方性智库。该结果与2016年保持一致。

表 13 四类智库综合排名上榜数（2017年）

分类 排名	国家级智库 (个)	高校智库 (个)	社会智库 (个)	地方性智库 (个)
前10名	7	1	1	1
前20名	11	4	3	2
前50名	17	12	12	9
前100名	28	29	22	21

3. 社会影响力成为发展最短板

比较而言，五个影响力指标中，舆论影响力均值最高，社会影响力均值最低。2017年智库影响力的最大变化是，专业影响力不再是最大短板，取而代之的是“社会影响力”。分项而论，国家级智库和社会智库的“决策影响力”得分均值较高，地方性智库和高校智库偏低；高校智库的“舆论影响力”得分偏低，其他三类智库较高。相比而论，国家级智库的弱点是“社会影响力”，地方性智库的弱点是国际影响力，高校智库、社会智库的弱点是“专业影响力”。

4. 智库会议讲座偏好逐渐固化

2017年智库举办的国际会议占会议总量的比重为31.2%，国内会议为68.8%。国际会议与国内会议的结构比接近1:2，与2016年基本一致。从时间上看，国际会议的高峰期为6月、11月，国内会议的高峰期为11月、12月，11月为智库会议的“拥堵期”。

国家级智库、地方性智库（社科院系列）、高校智库对会议的贡献较大，举

办的会议数量较多（见表 14）。高校智库对国际会议的贡献大，国家级智库、地方性智库对国内会议的贡献大。

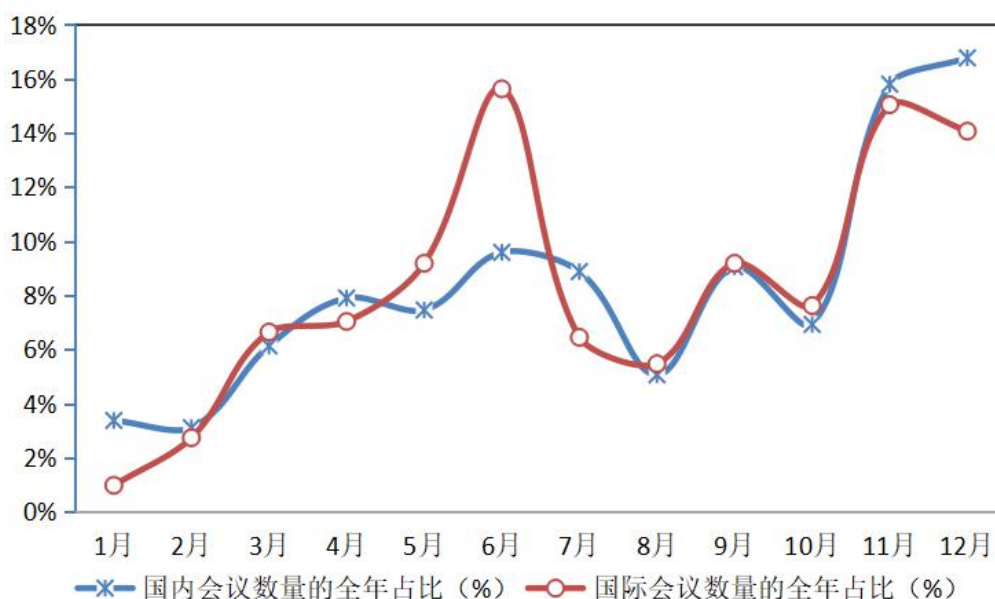


图 4 智库举办国际、国内会议情况（2017 年）

表 14 举办会议较多的智库及分类（2017 年）

智库分类	会议数量较多的智库
国家级智库	中国科学院 中国环境科学研究院 国家发展和改革委员会国际合作中心 中国工程院 国家行政学院 中国浦东干部学院 中国旅游研究院 中国国土资源经济研究院
地方性智库	贵州省社会科学院 上海市委党校 四川省社会科学院 山东社会科学院 上海社会科学院 河南省社会科学院 湖北省社会科学院 江西省社会科学院 浙江省委党校
高校智库	北京大学国家发展研究院 中国人民大学国家发展与战略研究院 上海交通大学城市科学研究院

续表 14 举办会议较多的智库及分类（2017 年）

智库分类	会议数量较多的智库
高校智库	清华-卡内基全球政策中心 中国人民大学重阳金融研究院 中国南海研究协同创新中心 厦门大学宏观经济研究中心 清华-布鲁金斯公共政策研究中心 中国政法大学法治政府研究院 中原发展研究院 北京旅游发展研究基地 中国特色社会主义经济建设协同创新中心
社会智库	中国科学技术协会（全国性机构） 全球化智库 中国国际经济交流中心 中国公共外交协会 中国人民外交学会（全国性机构） 盘古智库

2017 年，四类智库中开展讲座最多的为高校智库，其次为地方性智库。地方性智库的党校系列对开展讲座的积极性较高。2017 年，做讲座的外籍专家的比重略有下降，占比 11.8%。国内智库做讲座较多的智库专家是，中国人民大学重阳金融研究院的王文、浙江师范大学非洲研究院的刘鸿武、华中师范大学中国农村研究院徐勇、中国海南研究院迟福林、清华大学国情研究院胡鞍钢、中国政法大学法治政府研究院王敬波、武汉大学国家文化创新研究中心傅才武、南开大学政治经济学研究中心逢锦聚。

表 15 举办讲座较多的智库及分类（2017 年）

智库分类	讲座数量较多的智库
国家级智库	中国浦东干部学院 中国延安干部学院 国家发展和改革委员会宏观经济研究院 财政部财政科学研究所 中国财政科学研究院
地方性智库	四川省委党校（党校系列） 甘肃省委党校（党校系列） 天津市委党校（党校系列） 内蒙古自治区委党校（党校系列） 河南省社会科学院 山东省委党校（党校系列）

	<p>浙江省委党校（党校系列） 广东省委党校（党校系列） 安徽省委党校（党校系列）</p>
高校智库	<p>中国西部边疆研究院 厦门大学宏观经济研究中心 中国人民大学重阳金融研究院 对外经济贸易大学世界贸易组织研究院 中南财经大学知识产权研究中心 武汉大学国家文化创新研究中心 广西大学中国-东盟研究院 重庆大学经略研究院 北京大学国际战略研究院 兰州大学西北少数民族研究中心 广东国际战略研究院 中国应急管理研究基地 中国西部边疆安全与发展协同创新中心 中国人民大学国家发展与战略研究院 暨南大学华侨华人研究院</p>
社会智库	<p>中国经济 50 人论坛 易观智库 中国海南研究院 全球化智库 中国国际经济交流中心 中国外汇投资研究院</p>

三、基于热点议题的影响力分析

响应热点议题是智库扩大影响力的重要途径之一。本部分运用可视化分析工具，对我国 2017 年度的热点议题展开分析，在挖掘“发声响亮”“行动积极”智库的同时，提炼 2017 年智库响应热点议题的基本特征。

（一）议题筛选及贡献度计算

热点议题是在某一时间段内受到社会各界普遍关注，或引起较大争议的话题。本报告遵循主客观相结合的原则甄选 2017 年热点议题，具体步骤为：

- （1）请专家提出 2017 年的 20 个重要议题；
- （2）确定 20 个议题的检索策略，明确检索“期刊”和“报纸”两类数据；
- （3）计算 20 个议题的热度得分 H_i $i = 1, 2, \dots, 20$ ；
- （4）对 H_i 进行排序。

议题热度 H_i 计算公式如下：

$$H_i = q \cdot \sum_{j=1}^5 (s_{ij} \cdot w_j) + (1-q) \cdot \sum_{k=1}^2 (s_{ik} \cdot w_k)$$

其中， i 表示议题（ $i = 1, 2, \dots, 20$ ）； q 代表期刊相对报纸的重要性， s_{ij} 代表 i 议题在期刊 j 上发表的论文数； s_{ik} 代表 i 议题在报纸 k 上发表的文章数； w_j 代表某类期刊 j 的影响系数， w_j （ $j = 1, 2, 3, \dots, 5$ ）分别表示 SCI、EI、CSSCI、中文核心和一般期刊； w_k 代表报纸 k 的影响系数， w_k （ $k = 1, 2$ ）分别表示知名报纸类、一般报纸类。

1. 排名前 20 的议题

数据检索基于中国期刊全文数据库(CNKI)平台，数据采集的时间限定在 2017 年度。计算得到 20 个议题的热度得分（见表 16），排名前 10 位的是“一带一路”“大数据”“互联网+”“新媒体”“党的十九大”“全面从严治党”“人工智能”“绿色发展”“经济增长”“脱贫攻坚”。

表 16 议题热度得分及排序（2017 年）

排名	热点议题	综合得分	排名	热点议题	综合得分
1	一带一路	13245	11	网络安全	3009
2	大数据	10898	12	供给侧结构性改革	2996
3	互联网+	8323	13	科技创新	2851
4	新媒体	7463	14	新型城镇化	2681
5	党的十九大	6539	15	产业结构	2365
6	全面从严治党	5696	16	中国梦	2218
7	人工智能	5605	17	全面深化改革	1778
8	绿色发展	4341	18	创新驱动	1681
9	经济增长	3787	19	产能过剩	971
10	脱贫攻坚	3301	20	国家治理	964

2. 学者及智库贡献度

使用 CiteSpace 软件，对排名前十位的热点议题分别进行分析。一是从热点议题的切入角度进行可视化图谱展示；二是对热点议题讨论中的高贡献学者和智库进行挖掘。挖掘从发文数量和质量（以刊文载体等级衡量）两个维度出发，以学者和智库发文的贡献度（Contribution，以下简称“C”值）作为排序依据。

C 值的具体计算方法如下：

(1) 以被引频率排序，用 CiteSpace 软件的频次筛选方法，分别确定每个热点议题发文数量排名前 20 强的学者和智库；

(2) 对“期刊”和“报纸”进行差别赋权，总权重为 1；

(3) 分别计算学者和智库前 20 名的贡献度，分别表示为 C_i 、 C_j ；

(4) 对 C_i 、 C_j 进行排序；

(5) 对 C_j 的智库属性进行判别。

高贡献学者（ C_i ）和高贡献智库（ C_j ）贡献度计算公式如下：

$$C_i = q \cdot \sum_{m=1}^5 (S_{im} \cdot W_m) + (1-q) \cdot \sum_{n=1}^2 (S_{in} \cdot W_n)$$

$$C_j = q \cdot \sum_{m=1}^5 (S_{jm} \cdot W_m) + (1-q) \cdot \sum_{n=1}^2 (S_{jn} \cdot W_n)$$

其中， i 和 j 分别表示学者和智库（ $i=1,2,\dots,20$ ， $j=1,2,\dots,20$ ； q 代表期刊相对报纸的重要性； S_{im} （ S_{jm} ）代表 i 学者（ j 智库）在期刊 m 上发表的论文数； S_{in} （ S_{jn} ）表示 i 学者（ j 智库）在报纸 n 上发表的文章数； w_m 代表某类期刊 m 的影响系数， w_m （ $m=1,2,3,4,5$ ）分别表示 SCI、EI、CSSCI、中文核心和一般期刊； w_n 代表报纸 n 的

在“大数据”议题中，熊太纯、陆岷峰、徐明、喻国明、程平等作者发文量较大、刊文载体等级较高，为该议题的高贡献学者。中国人民大学新闻与社会发展研究中心、南京财经大学中国区域金融研究中心、重庆理工大学云会计大数据研究所、中国铁道科学研究院、上海开放大学发展研究部等智库机构，对“大数据”议题讨论较为深入，是发表文献较多、刊文载体等级较高的高贡献智库（见表18）。

3. 互联网+

2017年，国内公开发表的以“互联网+”为主题的政策研究类文献12623篇。这些文献主要从“政务服务”“创新”“企业管理”“大数据”“纳税人”“服务平台”“公共服务”“转型升级”“微信公众号”“招标采购”等角度切入（见图7）。

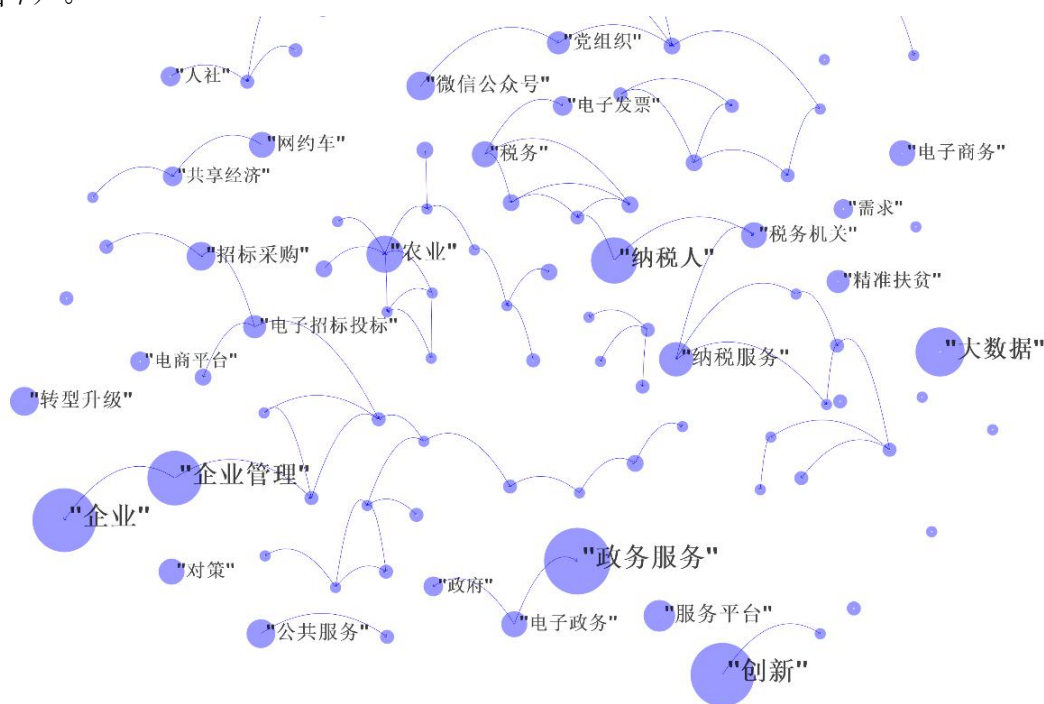


图7 “互联网+”议题核心内容（2017年）

在“互联网+”议题中，赵彦昌、周颖、何涛、张静、刘青等作者发文量较大、刊文载体等级较高，为该议题的高贡献学者。国家行政学院、中国社会科学院财经战略研究院、腾讯研究院、南开大学、中国农业科学院农业信息研究所等智库机构，对“互联网+”议题讨论较为深入，是发表文献较多、刊文载体等级较高的高贡献智库（见表19）。

表 19 “互联网+” 议题高贡献学者和高贡献智库

分类	作者名字及智库名称	贡献度
高贡献学者	赵彦昌（辽宁大学）	0.89
	周颖（上海交通大学）	0.85
	何涛（西南石油大学）	0.84
	张静（天津工业大学）	0.81
	刘青（武汉科学技术情报中心）	0.65
高贡献智库	国家行政学院	1.00
	中国社会科学院财经战略研究院	0.88
	腾讯研究院	0.87
	南开大学	0.86
	中国农业科学院农业信息研究所	0.65

4. 新媒体

2017 年，国内公开发表的以“新媒体”为主题的政策研究类文献 15221 篇。这些文献主要从“媒体融合”“微信”“政务微博”“网络舆情”“传统媒体”“媒体时代”“政务微信”“融媒体”“自媒体”“舆论引导”等角度切入（见图 8）。

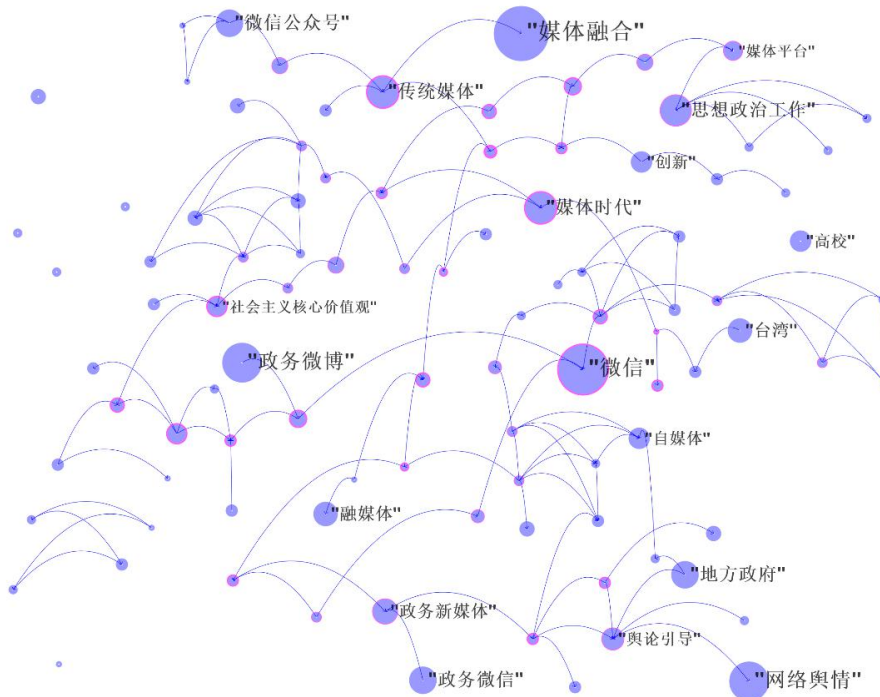


图 8 “新媒体” 议题核心内容（2017 年）

在“新媒体”议题中，黄楚新、俞敏、高媛、武瑾媛、沈正斌等作者发文量较大、刊文载体等级较高，为该议题的高贡献学者。中国人民大学新闻与社会发展研究中心、中国社会科学院新媒体研究中心、北京航空航天大学文化传媒集团、

北京师范大学智慧学习研究院、中国社会科学院新闻与传播研究所新闻学研究室等智库机构，对“新媒体”议题讨论较为深入，是发表文献较多、刊文载体等级较高的高贡献智库（见表20）。

表 20 “新媒体”议题高贡献学者和高贡献智库

分类	作者名字及智库名称	贡献度
高贡献学者	黄楚新（中国社会科学院新媒体研究中心）	2.79
	俞敏（北京航空航天大学文化传媒集团）	1.69
	高媛（北京师范大学智慧学习研究院）	1.27
	武瑾媛（北京航空航天大学文化传媒集团）	1.23
	沈正斌（安徽师范大学新闻与传播学院）	0.84
高贡献智库	中国人民大学新闻与社会发展研究中心	1.66
	中国社会科学院新媒体研究中心	1.61
	北京航空航天大学文化传媒集团	1.60
	北京师范大学智慧学习研究院	1.27
	中国社会科学院新闻与传播研究所新闻学研	1.21

5. 党的十九大

2017年，国内公开发表的以“十九大”为主题的政策研究类文献23317篇。这些文献主要从“中国特色社会主义”“全面从严治党”“社会主要矛盾”“党中央”“中国共产党”“党的政治建设”“社会主义”“人民代表大会制度”“人民当家作主”“新时代”等角度切入（见图9）。

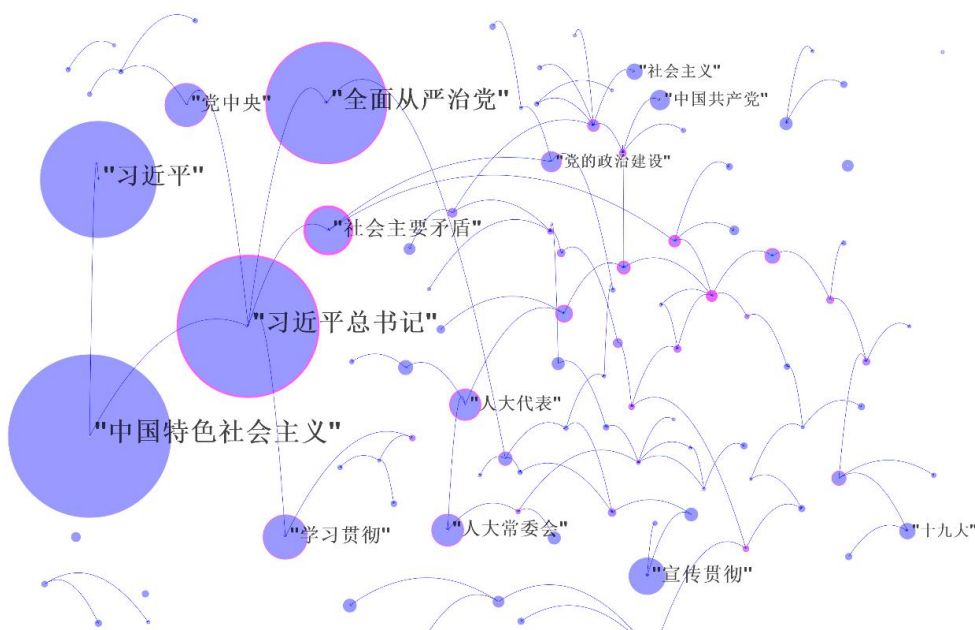


图 9 “党的十九大”议题核心内容（2017年）

在“十九大”议题中，胡祖才、姚恒、朱佳木、袁曙宏、郑功成等作者发文

量较大、刊文载体等级较高，为该议题的高贡献学者。国家行政学院、中共中央党校、中国社会科学院马克思主义研究院、中央文献研究室、国务院发展研究中心等智库机构，对“十九大”议题讨论较为深入，是发表文献较多、刊文载体等级较高的高贡献智库（见表 21）。

表 21 “十九大”议题高贡献学者和高贡献智库

分类	作者名字及智库名称	贡献度
高贡献学者	胡祖才（国家发展改革委）	0.89
	姚 桓（中共北京市委党校）	0.86
	朱佳木（中华人民共和国国史学会）	0.64
	袁曙宏（中国法学会）	0.63
	郑功成（中国人民大学）	0.62
高贡献智库	国家行政学院	4.48
	中共中央党校	1.47
	中国社会科学院马克思主义研究院	1.46
	中央文献研究室	1.23
	国务院发展研究中心	1.14

6. 从严治党

2017 年，国内公开发表的以“全面从严治党”为主题的政策研究类文献 25722 篇。这些文献主要从“中国特色社会主义”“反腐败斗争”“中国共产党”“党中央”“党内监督”“党的建设”“党内政治生活”“党风廉政建设”“党内法规”“政治规矩”等角度切入（见图 10）。

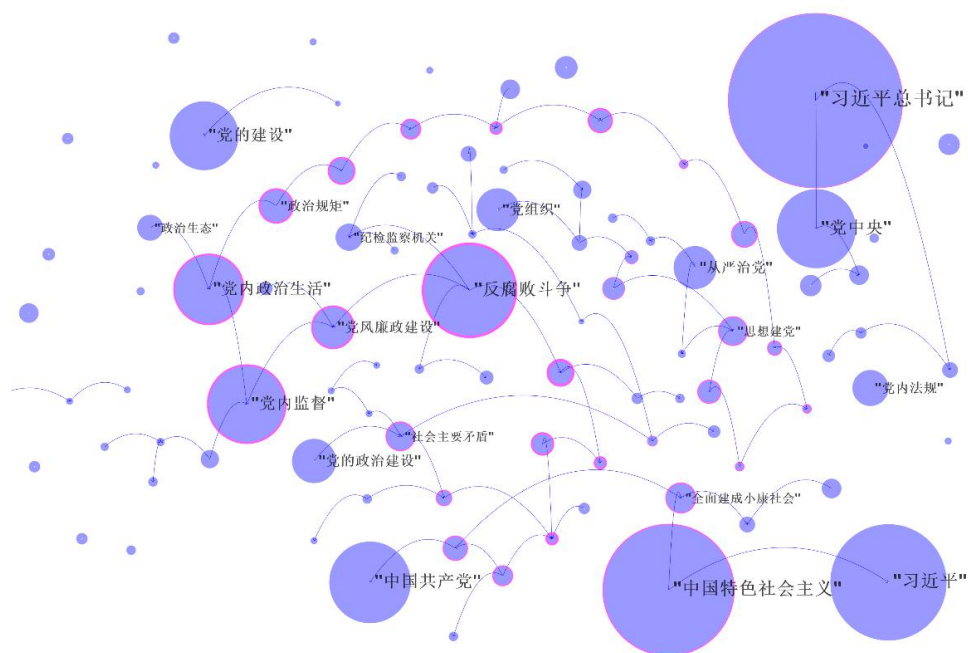


图 10 “全面从严治党”议题核心内容（2017 年）

在“全面从严治党”议题中，齐卫平、李君如、姚桓、蔡文华、韩强等作者发文量较大、刊文载体等级较高，为该议题的高贡献学者。中共中央党校、中共中央党史研究室、中共重庆市委党校、中共北京市委党校、中共中央文献研究室等智库机构，对“全面从严治党”议题讨论较为深入，是发表文献较多、刊文载体等级较高的高贡献智库（见表 22）。

表 22 “全面从严治党”议题高贡献学者和高贡献智库

分类	作者名字及智库名称	贡献度
高贡献学者	齐卫平（华东师范大学）	2.87
	李君如（中共中央党校）	1.69
	姚 桓（中共北京市委党校）	1.66
	蔡文华（中共重庆市委党校）	1.28
	韩 强（北京联合大学）	1.23
高贡献智库	中共中央党校	4.67
	中共中央党史研究室	2.64
	中共重庆市委党校	1.65
	中共北京市委党校	1.61
	中共中央文献研究室	1.24

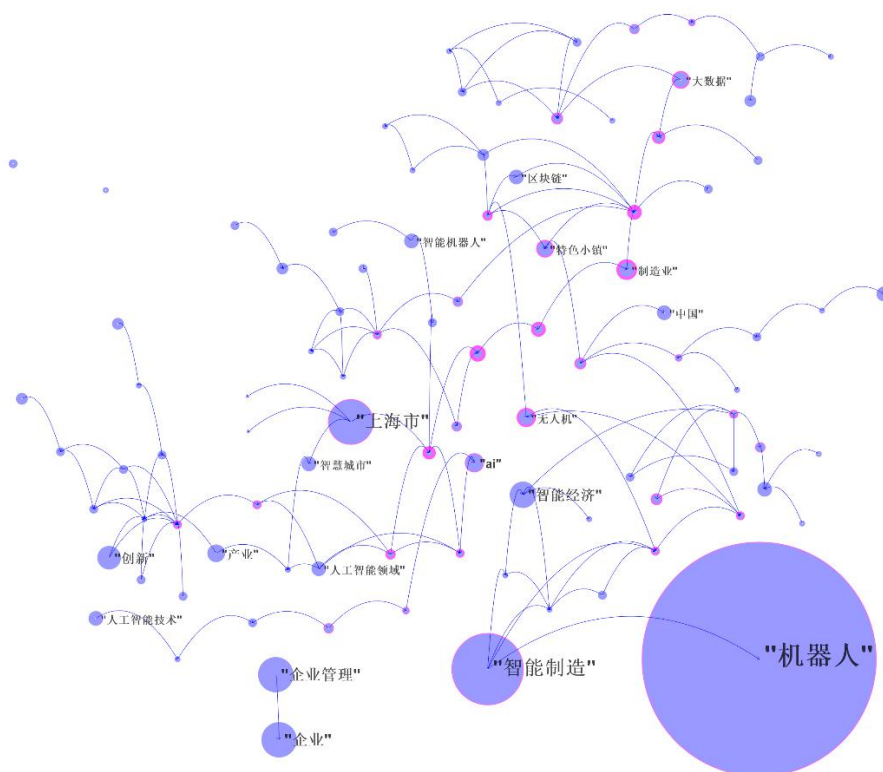


图 11 “人工智能”议题核心内容（2017 年）

7. 人工智能

2017 年，国内公开发表的以“人工智能”为主题的政策研究类文献 14079 篇。

这些文献主要从“机器人”“智能制造”“企业管理”“智能经济”“创新”“人工智能技术”“区块链”“一带一路”“智能机器人”“无人机”等角度切入（见图 11）。

在“人工智能”议题中，王飞跃、喻国明、张旭、蔡恒进、王君等作者发文量较大、刊文载体等级较高，为该议题的高贡献学者。腾讯研究院、中国人民大学新闻与社会发展研究中心、青岛智能产业技术研究院、中国工程院、中国信息通信研究院等智库机构，对“人工智能”议题讨论较为深入，是发表文献较多、刊文载体等级较高的高贡献智库（见表 23）。

表 23 “人工智能”议题高贡献学者和高贡献智库

分类	作者名字及智库名称	贡献度
高贡献学者	曹建峰（腾讯研究院）	3.98
	王飞跃（青岛智能产业技术研究院）	2.66
	喻国明（中国人民大学新闻与社会发展研究中心）	2.45
	张旭（中国人民解放军总医院）	1.68
	蔡恒进（武汉大学国际软件学院）	1.23
高贡献智库	腾讯研究院	2.68
	中国人民大学新闻与社会发展研究中心	2.61
	青岛智能产业技术研究院	2.60
	中国工程院	1.97
	中国信息通信研究院	1.62

8. 绿色发展

2017 年，国内公开发表的以“绿色发展”为主题的政策研究类文献 6598 篇。这些文献主要从“生态文明建设”“生态优先”“生态文明”“长江经济带”“绿水青山”“绿色转型”“五大发展理念”“新发展理念”“全域旅游”“环境保护”等角度切入（见图 12）。

在“绿色发展”议题中，张勇、邓宏兵、于法稳、丰超、万军等作者发文量较大、刊文载体等级较高，为该议题的高贡献学者。环境保护部环境规划院、国务院发展研究中心、中国-东盟（上海合作组织）环境保护合作中心、华中科技大学国家治理研究院、中共贵州省委党校等智库机构，对“绿色发展”议题讨论较为深入，是发表文献较多、刊文载体等级较高的高贡献智库（见表 24）。

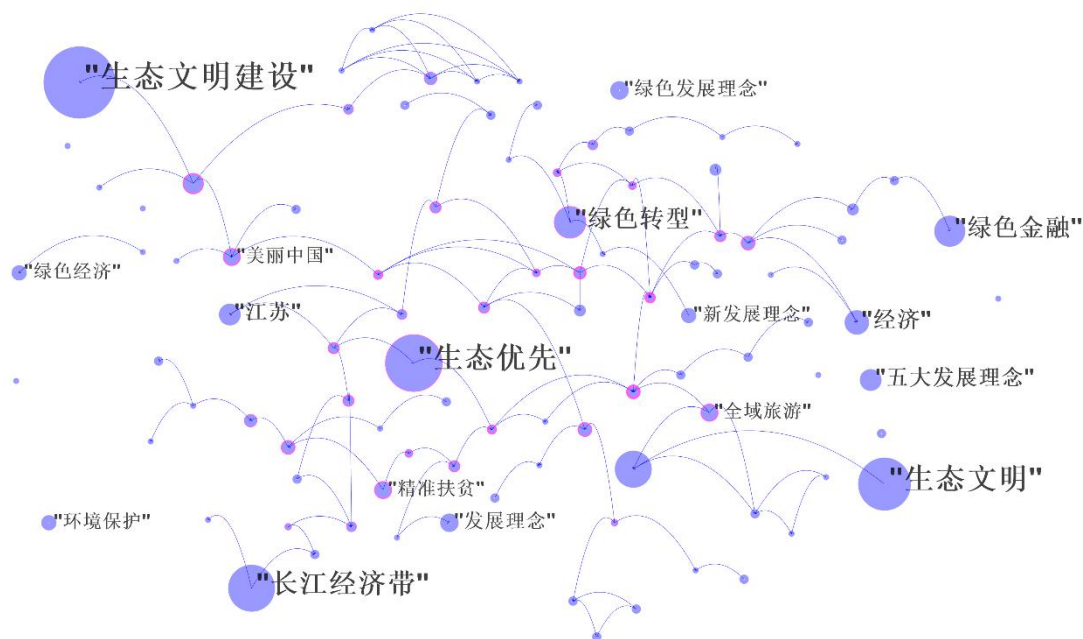


图 12 “绿色发展”议题核心内容（2017 年）

表 24 “绿色发展”议题高贡献学者和高贡献智库

分类	作者名字及智库名称	贡献度
高贡献学者	张 勇（国家发展和改革委员会）	1.28
	邓宏兵（中国地质大学区域经济与投资环境研究中心）	1.24
	于法稳（中国社会科学院生态环境经济研究中心）	1.22
	丰 超（中南大学商学院）	1.21
	万 军（环境保护部环境规划院）	1.09
高贡献智库	环境保护部环境规划院	1.44
	国务院发展研究中心	1.25
	中国-东盟(上海合作组织)环境保护合作中心	1.13
	华中科技大学国家治理研究院	0.89
	中共贵州省委党校	0.84

9. 经济增长

2017 年，国内公开发表的以“经济增长”为主题的政策研究类文献 13092 篇。这些文献主要从“结构性改革”“经济”“产业结构”“新常态”“经济新常态”“技术进步”“贡献率”“供给侧结构性改革”“全要素生产率”“一带一路”等角度切入（见图 13）。

在“经济增长”议题中，张平、沈坤荣、袁富华、蔡昉、胡鞍钢等作者发文量较大、刊文载体等级较高，为该议题的高贡献学者。中国社会科学院、国务院

发展研究中心、中国社会科学院财经战略研究院、吉林大学数量经济研究中心、中国人民大学国家发展与战略研究院等智库机构，对“经济增长”议题讨论较为深入，是发表文献较多、刊文载体等级较高的高贡献智库（见表 25）。

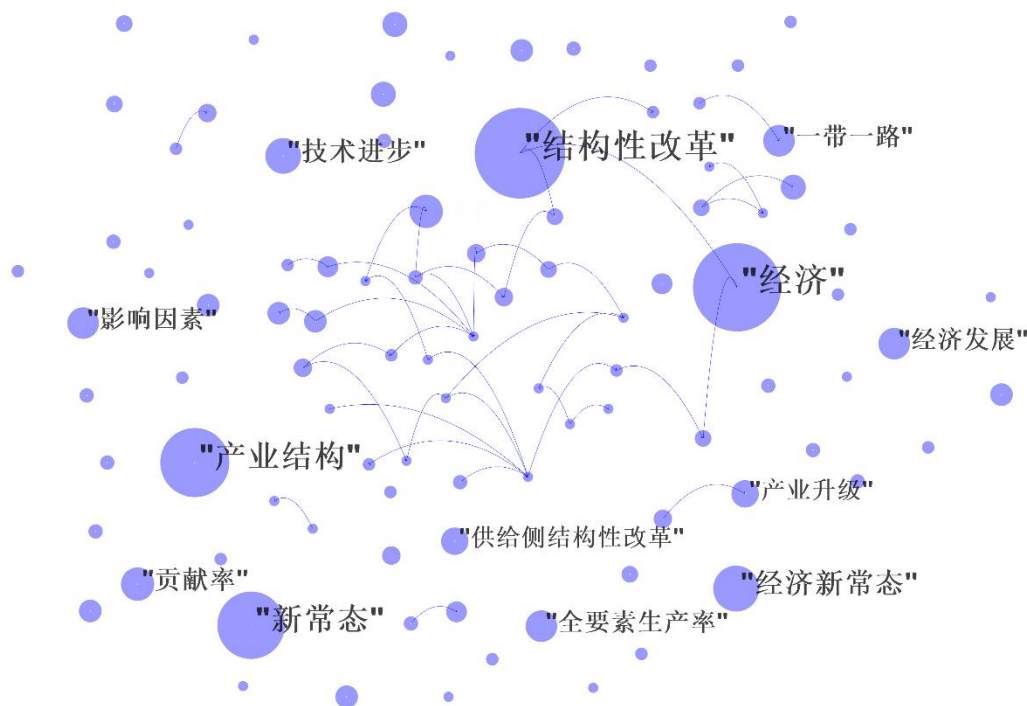


图 13 “经济增长”议题核心内容（2017 年）

表 25 “经济增长”议题高贡献学者和高贡献智库

分类	作者名字及智库名称	贡献度
高贡献学者	张 平（中国社会科学院经济研究所）	2.48
	沈坤荣（南京大学商学院）	2.41
	袁富华（中国社会科学院经济研究所）	1.62
	蔡 昉（中国社会科学院）	1.43
	胡鞍钢（清华大学国情研究院）	1.24
高贡献智库	中国社会科学院	3.69
	国务院发展研究中心	2.64
	中国社会科学院财经战略研究院	2.23
	吉林大学数量经济研究中心	2.00
	中国人民大学国家发展与战略研究院	1.87

10. 脱贫攻坚

2017 年，国内公开发表的以“脱贫攻坚”为主题的政策研究类文献 16087 篇。这些文献主要从“贫困户”“精准扶贫”“攻坚战”“建档立卡”“深度贫困”

（三）2017 年热点议题的特征分析

一是议题内容逐渐向操作层面延伸。如“一带一路”议题深入挖掘企业管理、企业走出去、国际产能合作等内容；“全面从严治党”议题关注“党内监督”“党内政治生活”“党风廉政建设”“党内法规”等党建活动；“绿色发展”议题深度切入“绿水青山”“全域旅游”“环境角度”等内容。

二是部分议题呈现出更强的落地性。一些年度特征议题从意义探索向问题解决转型，密切关注“如何做”。如“互联网+”议题中的“政务服务”“招标采购”“电子政务”等核心内容，体现了政府在转变职能过程中与互联网等新兴技术的密切结合；“新媒体”议题中的“政务微博”“网络舆情”“政务微信”“舆论引导”等内容，体现了政府把握舆情、服务公众的思路正在转变；“脱贫攻坚”议题中的“建档立卡”“易地扶贫搬迁”，显示了党和国家在扶贫中采用的方式方法。

三是与智库国际化的方向更吻合。整体上，热点议题虽然延续了前几年“重内轻外”的特征，但从议题内容来看，并不囿于国家界限，体现出新型智库建设的国际化方向。如“一带一路”注重从全球治理和人类命运共同体的视角展开解读，注重全球价值链的培育；“大数据”“互联网+”“人工智能”等涉及新经济的议题，则完全立足于全球视角，从时代背景和产业发展特点出发进行解读。

四是智库发声更加聚焦专攻领域。从议题核心内容的聚类和高贡献学者、智库的分布来看，智库发声更聚焦于自己的核心领域。如国内著名新闻研究领域的智库为“新媒体”议题的主要发声主体；企业智库或社会智库为“人工智能”议题的主要发声主体；国家级智库或党政智库为“十九大”“全面从严治党”“绿色发展”“经济增长”等传统热点议题的主要发声主体。

四、热点智库影响力分析

热点智库是指某一年度内被各界高度重视，响应热点议题行动积极、发声响亮，成果丰厚的智库。对热点智库的了解有利于树立智库典范，为智库建设提供有价值的参考。本部分在筛选 2017 年我国热点智库的基础上，运用可视化工具对热点智库的研究主题及高贡献专家进行分析，提炼出热点智库的主要特征。

（一）智库备选池及热点智库筛选

热点智库的筛选有两个步骤：一是建立热点智库备选池；二是从热点智库备选池中挑选出热点智库。热点智库备选池有四大来源，即 2017 年度十大热点议题活跃度前 50 强^①、国家首批高端智库 25 家、智库评价中排名靠前的智库（如上海社科院 2017 年中国综合影响力排名前 40 强）、智库评选中的上榜智库（如美国宾夕法尼亚大学《全球智库报告 2017》中“全球顶级智库百强榜”的中国智库），见图 15。



图 15 热点智库备选池

运用 CiteSpace 遴选出年度 10 大热点议题活跃度前 50 强智库，见表 27。

计算备选池中智库的活跃度（Activity，简称“A”值）得分，计算公式如下：

$$A_k = \sum_{l=1}^4 a_l b_{kl} \quad l=1,2,3,4$$

^①10 大热点议题活跃度前 50 强智库遴选步骤为：（1）以 10 大热点议题为主题词，以文献被引频率为依据，筛选出有价值的文献；（2）运用 CiteSpace 对文献进行分析；（3）根据 CTTI 及智库机构介绍，对入选机构的智库属性进行判断；（4）确定前 50 强智库名单。

其中， A_k 为智库 k 的活跃度得分； a_l 为 l 类智库权重； b_{kl} 为 k 智库在 l 类智库来源的得分。依据得分排序得到 2017 年度热点智库前 20 强，见表 28。

表 27 十大热点议题活跃度前 50 强智库（2017 年）

序号	智库机构	序号	智库机构
1	北京大学国家发展研究院	26	中共陕西省委党校
2	北京大学新结构经济学研究中心	27	中共中央党校
3	北京师范大学智慧学习研究院	28	中共中央党校党的建设教研部
4	东北财大经济计量分析与预测研究中心	29	中国财政科学研究院
5	广西大学中国贫困治理与社会政策研究中心	30	中国地质科学院全球矿产资源战略研究中心
6	贵州省社会科学院	31	中国地质调查局发展研究中心
7	国家行政学院	32	中国国际经济交流中心
8	国家信息中心	33	中国国际问题研究院
9	国务院发展研究中心	34	中国国土资源经济研究院
10	河南省社会科学院	35	中国教育科学研究院
11	湖北省教育政策研究中心	36	中国科学院科技战略咨询研究院
12	江南大学教育信息化研究中心	37	中国矿业大学物联网(感知矿山)研究中心
13	江苏师范大学智慧教育研究中心	38	中国旅游研究院
14	兰州财经大学甘肃商务发展研究中心	39	中国人民大学国家发展与战略研究院
15	南昌大学中国中部经济社会发展研究中心	40	中国人民大学新闻与社会发展研究中心
16	南京财经大学中国区域金融研究中心	41	中国人民大学中国经济改革与发展研究院
17	南京师范大学社会主义意识形态研究中心	42	中国人民银行金融研究所
18	青岛智能产业技术研究院	43	中国社会科学院
19	清华大学国情研究院	44	中国社会科学院财经战略研究院
20	人民网新媒体智库	45	中国社会科学院新媒体研究中心
21	上海社会科学院	46	中国社会科学院亚太与全球战略研究院
22	四川省社会科学院	47	中国信息通信研究院
23	腾讯研究院	48	中国信息通信研究院互联网法律研究中心
24	武汉大学经济发展研究中心	49	中国信息通信研究院技术与标准研究所
25	西北师大西北少数民族教育发展研究中心	50	中南财经政法大学知识产权研究中心

表 28 热点智库前 20 强（2017 年）

排名	智库机构	排名	智库机构
1	国务院发展研究中心	11	国家信息中心
2	中国社会科学院	12	中国财政科学研究院
3	中共中央党校	13	中国人民大学新闻与社会发展研究中心
4	国家行政学院	14	中国社会科学院财经战略研究院
5	北京大学国家发展研究院	15	中国社会科学院亚太与全球战略研究院
6	清华大学国情研究院	16	腾讯研究院
7	中国人民大学国家发展与战	17	河南省社会科学院
8	中国国际经济交流中心	18	中国人民银行金融研究所
9	中国国际问题研究院	19	人民网新媒体智库
10	上海社会科学院	20	广西大学中国贫困治理与社会政策研究中心

领域，该机构发声质量高、影响大。该机构研究主题既有对年度热点议题的积极响应，又有结合专业领域的延展解读（见图 17）。2017 年度该机构的高贡献专家有蔡昉、王伟光、时统宇、张江和李培林等。

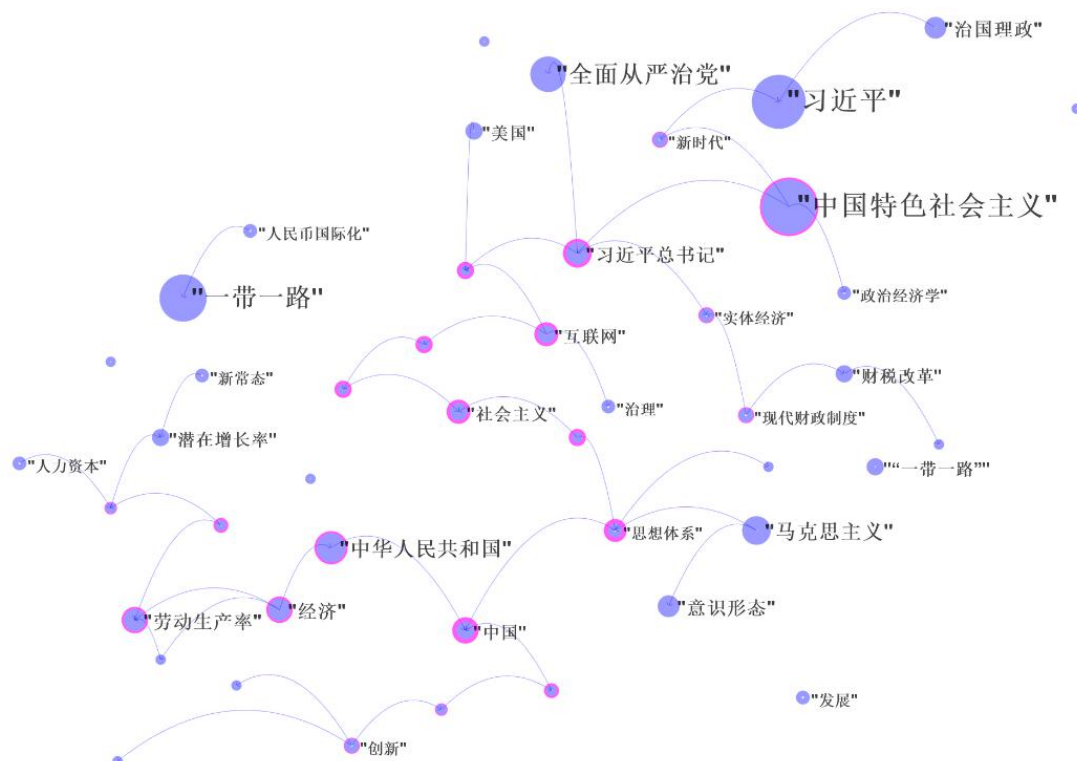


图 17 中国社会科学院的研究主题（2017 年）



图 18 中共中央党校的研究主题（2017 年）

3. 中共中央党校

2017年，中共中央党校的研究主题集中在“全面从严治党”“中国特色社会主义”“中国共产党”“治国理政”“马克思主义”“党内政治生活”“党的建设”“从严治党”“中国梦”“社会主义核心价值观”等领域。该机构年度研究主题在紧密切合机构角色定位的同时，又对相关热词，如全面从严治党、中国特色社会主义、社会主义核心价值观、党内政治生活等，进行了深入分析（见图18）。2017年度该机构的高贡献专家有韩庆祥、马正立、严书翰、李君如和陈杨等。

4. 国家行政学院

2017年，国家行政学院的研究主题集中在“中国特色社会主义”“供给侧结构性改革”“社会主要矛盾”“企业管理”“行业协会”“简政放权”“国家治理现代化”“精准扶贫”“人民当家作主”“社会组织”等领域。该机构研究主题除了体现国家级智库关注国家治理、简政放权、社会主要矛盾等宏观议题之外，更有针对微观经济主体——企业的深入研究，体现在企业管理、场景理论、PPP项目等方面（见图19），以及针对社会组织的研究，体现在社区治理、社区认同、人民当家作主等方面。2017年度该机构的高贡献专家有许耀桐、郭全中、王玉、汪玉凯和韩玥等。

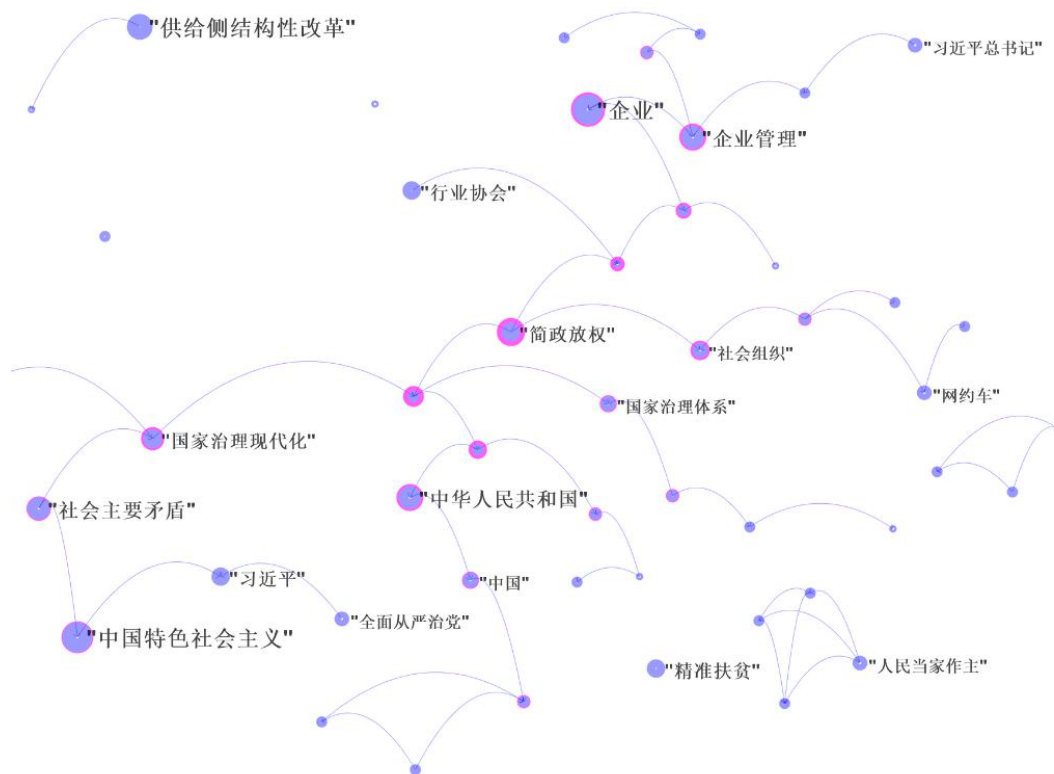


图 19 国家行政学院的研究主题（2017年）

2017 年度该机构的高贡献专家有胡键、沈玉良、权衡和刘长秋等。

9. 人民网新媒体智库

2017 年，人民网新媒体智库的研究主题集中在“对外传播”“传播效果”“人脸识别”“媒体融合”“网络社会”“舆情引导”“大数据产业”“智慧城市建设”“境外媒体”“社交平台”等领域。该机构是立足传统媒体和大数据平台的媒体智库，优势在于拥有丰富的媒体文化和智库资源。2017 年该机构的研究主题有显著的聚类特征，如关注国际互联传播、传播效果、大数据、政务舆情、网络安全治理等核心主题，具有定位高端、解读全面、发声集中的特点（见图 24）。2017 年度该机构的高贡献专家有刘鹏飞、卢永春、张力、王国华和孙宇等。



图 24 人民网新媒体智库的研究主题（2017 年）

10. 广西大学中国贫困治理与社会政策研究中心

2017 年，广西大学中国贫困治理与社会政策研究中心的研究主题集中在“精准扶贫”“腐败”“精准脱贫”“贫困人口”“预防机制”“异地搬迁扶贫”“政治生态”“政府角色”“扶贫资金”等领域。该机构在研究贫困治理的过程中，既注重探究贫困的成因，又将扶贫问题与机制建设、腐败预防、地区特色相结合（见图 25）。2017 年度该机构的高贡献专家有莫光辉、陈正文、张玉雪、张菁和闭德干等。

国家行政学院在对社区治理议题解读过程中，将人民当家作主、社区认同、社区居民等维度引入进来（见图 26）。

在团队协作中实现新兴智库的快速崛起。2017 年，一批新成立的智库入选热点智库。这些智库主要是企业智库和媒体智库。如腾讯研究院成立于 2014 年 12 月，是中国首家聚焦互联网议题的企业智库。人民网新媒体智库成立于 2015 年 12 月，是高端媒体与研究机构融合发展的产物。这些智库的入选得益于其在“规定动作”以外，更加注重内力培养。而为了实现弯道超车，团队合作是最优选择。如腾讯研究院的闫德利、曹建峰团队呈扁平式合作结构，人民网新媒体智库的刘鹏飞团队呈蜂巢型紧密合作结构，广西大学中国贫困治理与社会政策研究中心的莫光辉团队呈中心性合作结构等（见图 27）。



图 27 新兴热点智库内部合作网络（2017 年）

五、基于大事记的智库行为分析

作为描述智库事件主体、事件过程及智库影响的重要文献形式，大事记为各界普遍认可，成为记录和分析智库建设的重要工具。本部分以2017年我国智库的重要活动（大事记）为分析样本，使用SCI2（Science of Science）软件对智库关系、行为特征进行分析。课题组甄选出2017年我国智库大事件191件^①，活动主体包括政府部门、智库、高校、企业等500余家机构。

（一）智库行为主体分析

1. 活跃智库类型更加丰富

2017年，媒体智库、智库联盟跻身活跃智库的行列。从活动频次来看，比较活跃的智库有中国社会科学院、国务院发展研究中心、中国社会科学院国家全球战略智库、中国国际经济交流中心、新华社、上海社会科学院。中联部当代世界研究中心（国家级智库）、中国人民大学重阳金融研究院（高校智库）、全球化智库（社会智库）、光明日报智库研究与发展研究中心（媒体智库）、“一带一路”智库合作联盟（智库联盟）都是表现活跃的智库。此外，在2017年智库活动中，南京大学、中国人民大学表现积极，对其他高校起到了表率作用。

2. 媒体智库倾向广度拓展

“互联网+”时代背景下，我国媒体智库发展迅猛，进入智库主流行列。2017年，媒体智库的“广度拓展”特征十分明显，光明日报智库研究与发展中心是典型。该中心与人大重阳、中联部当代世界研究中心、“一带一路”智库合作联盟、上海社会科学院、中国社会科学院国家全球战略智库等国内知名智库合作频繁（见图28），实现了合作对象的“广度拓展”。该中心活动内容丰富，包括智库评价，智库会议、学术研究及成果发布等，实现了智库活动的“内容拓展”。

^①大事记内容参见 www.chinesethinktanks.cn。本部分大事记的选择参考了《光明日报》智库版、上海社科院智库研究中心《2017中国智库报告》。

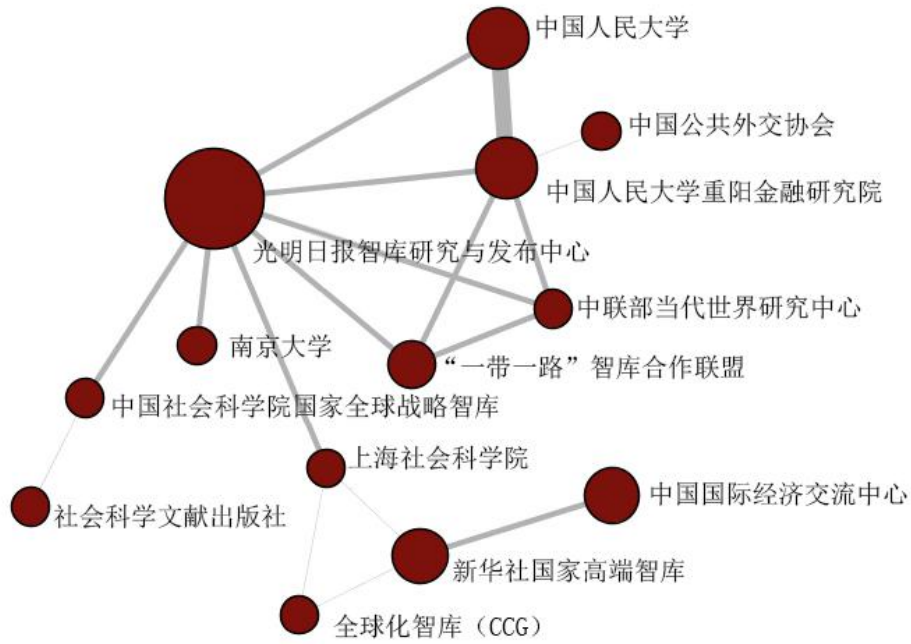


图 28 媒体智库的合作网络（2017 年）

3. 智库联盟成为活动主角

智库联盟在智库行为中表现突出，特别是“一带一路”智库合作联盟。2017年，“一带一路”智库合作联盟围绕“一带一路”工作召开了理事会第三次会议暨专题研讨会，作为主办方或承办方举办了“海上丝绸之路互联互通国际研讨会”“一带一路”建设与全球治理国际研讨会等大影响力的会议，成为“21 世纪海上丝绸之路国际智库论坛（2017）”的指导单位（见图 29）。

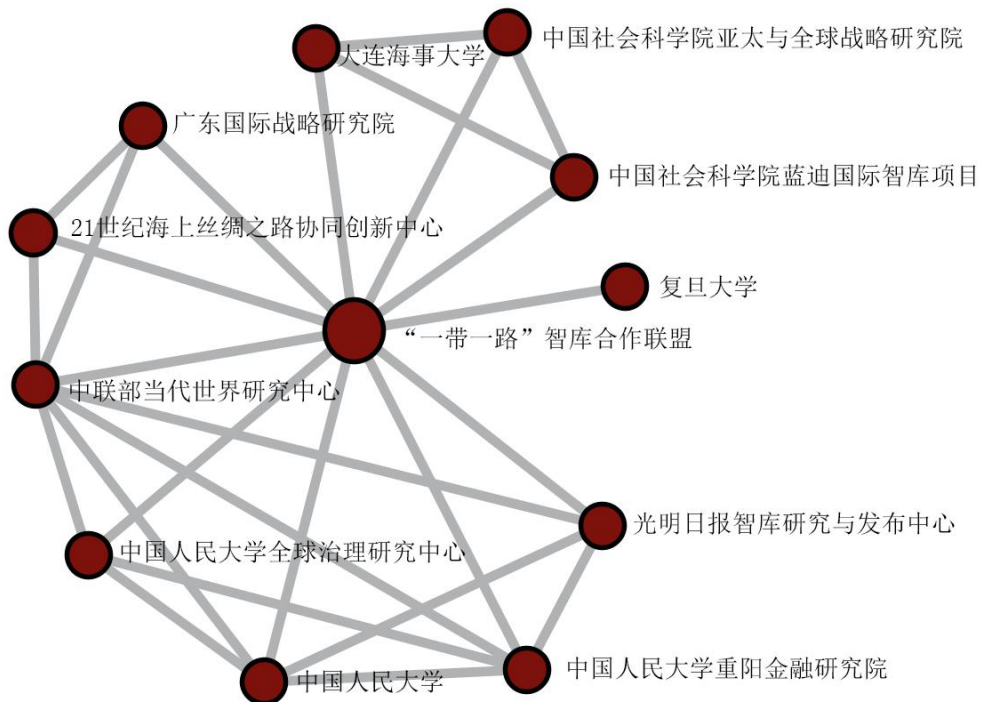


图 29 智库联盟的合作网络（2017 年）

中国——中东欧国家智库交流与合作网络（16+1 智库）、中央企业智库联盟、蓝迪国际智库平台，在 2017 年的智库活动中表现抢眼。需要指出的是，智库联盟是中国特色新型智库建设的产物。我国第一个智库联盟是 2010 年成立的广州智库联盟。2015 年以后，国内智库联盟数量开始增加，且主题类联盟发展迅速（见表 29）。2017 年，我国成立了全球城市治理智库联盟、高校高端智库联盟、“海上丝绸之路”国际智库联盟等 7 家联盟，理事会成员涵盖了近百家智库机构。

表 29 国内主要智库联盟

类型	智库联盟名称	成立日期
国际类	对非投资智库联盟	2016 年 09 月
	中国—东盟大学智库联盟	2016 年 10 月
	全球城市治理智库联盟	2017 年 10 月
	中国—中东欧国家智库交流与合作网络	2015 年 12 月
	蓝迪国际智库平台	2015 年 04 月
	“海上丝绸之路”国际智库联盟	2017 年 07 月
行业类	全国地方科技智库联盟	2016 年 12 月
	全国城市智库联盟	2015 年 11 月
	中国运输与物流智库联盟	2015 年 08 月
	中央企业智库联盟	2016 年 05 月
	中国教育智库网会员联盟	2016 年 12 月
	高校高端智库联盟	2017 年 09 月
	上海高校智库研究和管理中心	2013 年 07 月
区域类	山东智库联盟	2015 年 07 月
	湖南智库联盟	2014 年 09 月
	广东智库联盟（广东省社会科学研究机构战略联盟）	2010 年 09 月
	武汉智库联盟	2012 年 07 月
	南京智库联盟	2015 年 01 月
	安宁智库联盟三方学术合作平台	2015 年 07 月
	宁镇扬智库联盟	2015 年 09 月
	山西省智库发展协会（三晋智库联盟）	2017 年 01 月
主题类	“一带一路”智库合作联盟	2015 年 04 月
	“一带一路”：新疆发展与中亚合作高校智库联盟	2016 年 08 月
	全国“一带一路”沿线城市智库联盟	2016 年 06 月
	东北区域经济发展智库联盟	2016 年 09 月
	长江经济带智库合作联盟	2016 年 12 月
	互联网治理智库联盟	2015 年 12 月
	中国城乡发展智库联盟	2015 年 12 月
	中国语言智库联盟	2015 年 11 月
	东黄海研究智库联盟	2017 年 11 月
	中国远见智库论坛	2017 年 01 月
	陕西省高校“一带一路”智库联盟	2017 年 06 月

备注：成立时间截至 2017 年 12 月 31 日

（二）智库行为内容分析

1. 关注世界议题和区域合作

2017年，智库重大活动主要围绕全球议题展开，如“世界经济形势”“全球治理”。另外，“一带一路”“金砖国家”“海上丝绸之路”等关系区域合作的议题也是热点（见图30）。

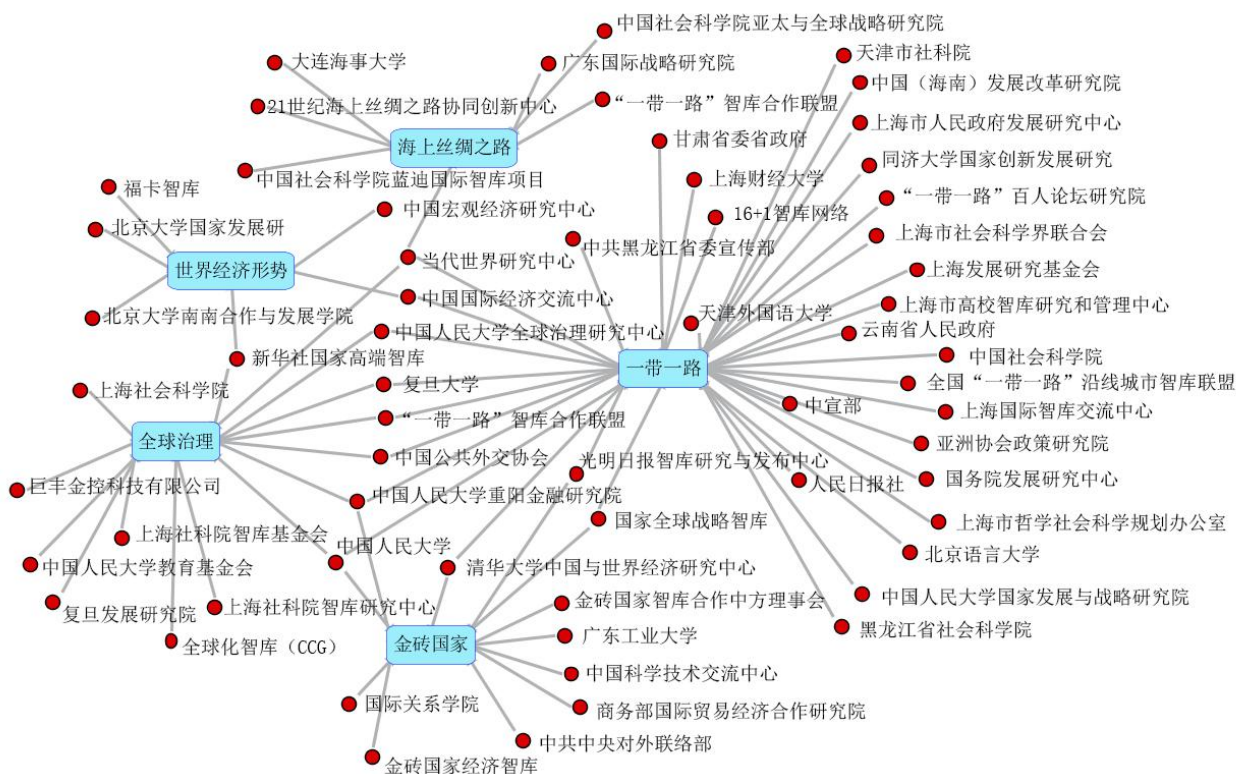


图 30 智库重大活动的议题（2017年）

2. 围绕中央和地方热点活动

2017年度，智库活动紧密围绕各级热点展开，围绕党和国家的热点有“十九大”“供给侧结构性改革”等，围绕地方的热点有“京津冀协调发展”“粤港澳大湾区”“军民融合”“舆情”等。文化议题成为智库关注重点，围绕“网络文艺”“文化认同”“文明建设”等议题的智库活动频繁（见图31）。

需要引起注意的是，2017年的智库活动并未聚焦“中美”关系。从国关智库大事记来看，涉及“中美”关系的活动仅占活动总量的8%左右，且大部分都在国外举行。与其他国际关系类会议（规模大、外宾多）相比明显偏弱。智库研究前瞻性不足的问题可见一斑。

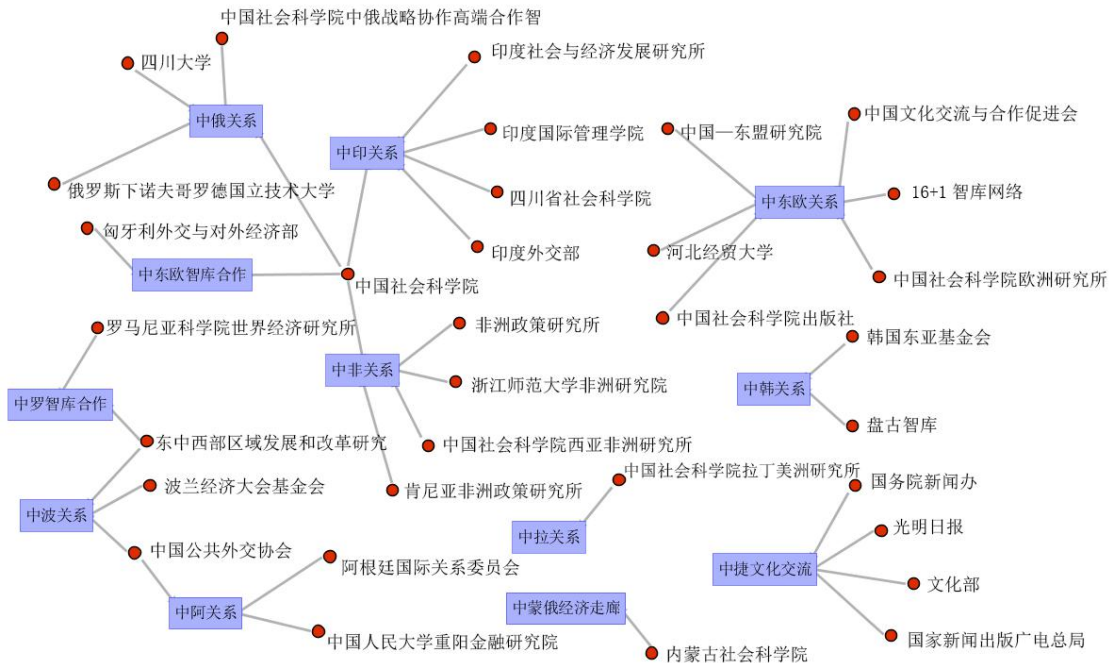


图 32 中国智库与中国外交（2017年）

表 30 智库举办的重要会议（2017年）

会议名称	主办/承办/协办单位	会议主题
第五届中国-南亚东南亚智库论坛	云南省人民政府、中国社会科学院	深化新时代中国与南亚东南亚国家务实合作
第九届海峡论坛·两岸智库论坛	福建省人民政府发展研究中心、福建社会科学院、台湾竞争力论坛学会、台湾旺旺中时媒体集团	共谋发展、共创未来
第三届长江经济带发展论坛	光明日报智库研究与发布中心、上海社会科学院、南通大学	第三届长江经济带发展论坛
第四届金砖国家经济智库论坛	清华大学中国与世界经济研究中心、清华大学苏世民书院、金砖国家经济智库、重建布雷顿森林体系委员会、新华网思客	加强全球经济治理、共谋金砖发展机遇
第五届全球智库峰会	中国国际经济交流中心	汇聚智慧、共谋全球发展
第七届中欧论坛	“欧洲之友”、中国驻欧盟使团、中国(海南)发展改革研究院、中国公共外交协会	不确定时代的中欧合作
第六届中印论坛	四川省社会科学院（SASS）、印度社会与经济发展研究院（ISEC）、印度国际管理学院（IMI）	经济发展与减贫战略
第二届“盘古智库——东亚基金会中韩战略对话”	盘古智库、韩国东亚基金会	东亚基金会中韩战略对话

接上页

会议名称	主办/承办/协办单位	会议主题
21 世纪海上丝绸之路国际智库论坛（2017）	中国“一带一路”智库合作联盟、广东国际战略研究院、中联部当代世界研究中心、21 世纪海上丝绸之路协同创新中心	共商规划对接，共建繁荣之路
第三届对非投资论坛	中国财政部、世界银行、中国国家开发银行、塞内加尔政府	通过创新促进非洲跨越式发展
第二届全国“一带一路”沿线城市智库联盟理事大会	全国“一带一路”沿线城市智库联盟、天津市社科联、天津外国语大学	献礼党的十九大，献礼国家大战略
第二届哲学社会科学智库名家·贵州学术年会	贵州省社科联、贵州大学哲学社会科学研究院、贵州省社科联生态法治创新团队	民族民间文化教育传承创新
第四届全国人文社会科学评价高峰论坛	中国社会科学院中国社会科学评价研究院	中国特色新型智库现状、评价及经验总结
“第二届（2017）全国地方新型智库建设与发展学术研讨会”	山东省科协、济南大学、山东省社会科学院	全国地方新型智库建设与发展
2017 上海全球智库论坛（第二届）	上海社会科学院、新华社国家高端智库、复旦发展研究院、全球化智库、上海社会科学院智库建设基金会联合	智库建设：全球视野与中国方案——新起点、新阶段、新未来
远见 2046—第二届新经济智库大会	阿里研究院	远见 2046

六、标杆媒体智库的影响力塑造

近年来，以移动互联网兴起为标志的新一代信息技术革命对传媒行业产生了巨大影响，从中央机关报、国家通讯社，到各省市党报党刊、上市传媒集团都在积极探寻转型之路。媒体不再满足于观察者、记录者和报道者的传统定位，大胆运用科技，在媒介载体、信息产品、生产组织形式和社会服务方式上寻求突破。建立媒体智库成为国内媒体对接转型目标、响应国家号召、扩大影响力的重要选项。以光明日报的“光明智库”、第一财经的“第一财经研究院”、封面传媒的“封面智库”和“紫金传媒智库”（以下简称紫金传媒）为代表的媒体智库，在智库方阵中赢得关注，成为媒体智库的标杆。

（一）标杆媒体智库概况

四家“标杆媒体智库”（以下简称“标杆智库”）的基本情况见表 31。

成立时间：除第一财经研究院成立时间较早（2007 年）外，光明智库、封面智库和紫金传媒都是在国家倡导的智库建设背景下成立的。2015 年 10 月紫金传媒在南京大学挂牌成立。封面智库成立于 2016 年 5 月，隶属于封面传媒。光明智库挂牌成立于 2017 年 4 月，其主体来自于光明日报“智库研究与发布中心”。

机构性质：第一财经研究院和紫金传媒是独立非营利智库，分别于 2014 年、2015 年完成民非注册；光明智库由光明日报编委会领导；封面智库作为封面传媒下属的事业部，接受四川日报报业集团的领导。

人员组成：第一财经研究院作为国内首家由财经媒体设立的研究机构，主要提供财经资讯的深加工和产业领域的咨询服务，拥有一个精通经济的专业化研究团队。同时也利用品牌和资源优势，与高校展开深度合作，委托业界专家学者开展课题研究。光明智库背靠专家阵容强大的学术委员会，发挥中央党媒的资源优势，组织专家团队推进智库类项目研发。光明智库拥有专业化运营团队，在影响力和聚焦区域上无疑是四大标杆智库中体量最大、覆盖面最广的。紫金传媒推进法人治理结构建设，实行理事会领导下的院长负责制，拥有专职运营人员。其研究人员以兼职为主、专职为辅。通过“旋转门”，来自江苏广电集团和新华报业

传媒集团的编辑和记者加入紫金传媒。而退休官员的加盟为紫金传媒对接政府需求、拓展政策建议上行渠道带来了便利。封面智库没有专职研究人员，主要通过专业化的运营，聚合权威学者和政府官员，以委托课题和组织会议的方式生产智库产品。

表 31 标杆媒体智库概览

智库名称	成立时间	机构性质	人员组成	影响力和聚焦区域	标杆特征
第一财经研究院	2007	独立非营利	专职运营人员，研究人员专职兼职并重	全国	行业媒体打造智库
光明智库	2017	事业部	专职运营人员，研究人员兼职为主、专职为辅	全国	中央媒体打造智库
紫金传媒	2015	独立非营利	专职运营人员，研究人员兼职为主、专职为辅	区域	媒体与高校合作打造智库
封面智库	2016	事业部	专职运营人员，研究人员兼职为主	区域	地方媒体打造智库

聚焦区域：第一财经研究院和光明智库服务全国，紫金传媒和封面智库主攻特定区域。紫金传媒的智力和传播资源主要集中在江苏媒体和南京大学，其服务范围以江苏为中心，向全国扩散。封面智库立足北京，服务长江经济带相关地区。

影响力状况：第一财经研究院高层次人才富集，拥有完整的产品链和庞大的专家库，具备强大的专业影响力和媒体影响力，是全球和中国高端智见资源整合者。作为媒体智库，光明智库依托中央党媒，凭借强大的品牌优势，打造具有高端水准、咨政情怀、国际视野的专业化媒体智库。封面智库是以“一带一路”和长江经济带战略发展为主题的综合研究平台。其通过市场化的运营整合媒体人员、高校专家和法务团队，建构了区域性和主题化的产品矩阵。紫金传媒发挥其在社会调查和舆情研究领域的优势，针对江苏省内社会影响较大的事件进行调查分析，提出对策建议。

标杆智库具有各自的特色：

第一财经研究院是行业媒体打造智库的标杆。第一财经研究院深耕财经领域多年，基于事实和数据展开研究，实时跟踪经济金融信息，以提高中国经济政策的质量和透明度、推动有效而公平的全球经济金融治理为目标，是媒体智库实现市场化的成功典范。

光明智库是中央媒体打造智库的标杆。光明日报从创立理论周刊《智

库》版，到成立“智库研究与发布中心”，再到形成“光明智库群”，最后整合提升为光明智库，整个过程体现了媒体智库高端化、特色化的特点。

紫金传媒是媒体与高校合作打造智库的标杆。紫金传媒是在江苏省委宣传部指导下，由南京大学与江苏广电集团、新华报业传媒集团、凤凰出版集团、江苏有线电视集团等省内四大媒体集团共同商议成立的。该智库汇集政府、学界和媒体三方力量，借助江苏省委宣传部《智库专报》和《智库简讯》等平台，为江苏省委省政府建言献策。

封面智库是地方媒体打造智库的标杆。封面传媒依托地方党媒，利用封面新闻的舆论影响力和大数据资源积累，致力于通过封面系列产品和服务打造地方政商影响力，其“C21 四川城市发展市长峰会”和“2018 四川品牌”已成为封面智库的高端品牌产品，在全国乃至全球有着较大的影响力，对助推四川经济社会发展起到重要作用。

（二）标杆媒体智库高影响力支撑

持续的思想内容生产能力和强大的传播力、影响力，市场化的运营方式和人才汇聚是媒体智库相对其他智库的优势。这些优势成为标杆智库的显性特征。

1. 依托权威主流媒体实现快速发展

标杆智库多背靠中央或地方权威主流媒体，好口碑、大品牌使其迅速扩大影响力。光明智库隶属于光明日报，而光明日报是由中宣部直接领导的大型、全国性的官方新闻媒体。第一财经研究院隶属于第一财经，而上海第一财经传媒有限公司是中国最具影响力、品种最齐全的财经媒体集团。封面智库隶属封面传媒，而封面传媒是四川日报报业集团下属机构。紫金传媒是由知名大学和知名媒体共同商议成立的。

2. 发挥多元渠道与高量级用户作用

标杆智库的母体往往拥有高量级用户，可以为智库发展提供多渠道、宽路径的传播。一方面，标杆智库发挥“母体”的传播优势，运用报纸、期刊、网站、移动端等渠道，实现思想传播。另一方面，标杆智库依托媒体流量和粉丝经济，进行社群建设，满足用户对增值服务的高需求。光明智库、封面智库、紫金传媒、

第一财经研究院都很注重线上线下结合、研究人员和媒体受众的结合，推出研讨会、论坛和沙龙，推介智库产品。如光明日报社在全国率先开设以 APP 为载体的线上智库类学术期刊——《光明智库》。封面新闻用户数已超过千万，日活用户数近 80 万、月活用户数 300 万左右。封面智库依托现有流量，全力打造“智能媒体+智慧媒体”。

3. 以专业运营人才锻造智库高品质

标杆智库大都配备了运营的专业人才。媒体智库的运营人员既要具备专业知识，还要在媒体思维和商业思维方面训练有素。从调研来看，标杆智库的运营人员大都有着多年媒体从业经验，熟悉市场和受众的需求，能够在研究者和项目委托方之间发挥桥梁作用。如策划经理快速把握专家需求，抓住共鸣点，做深入沟通；产品经理把专家的研究成果进行改写、转化，包装成产品，进行销售。

表 32 标杆媒体智库的高影响力支撑

支撑点	具体描述
依托权威主流媒体实现快速发展	光明日报、四川日报报业集团、上海第一财经传媒有限公司、南京大学与江苏四大媒体集团
发挥多元渠道与高质量用户作用	通过报纸、期刊、网站、移动端等多元传播渠道，推出研讨会、论坛和沙龙，推介智库产品
以专业运营人才锻造智库高品质	运营人员大都有着多年媒体从业经验，熟悉市场和各类受众的需求，能够在研究者和项目委托方之间发挥桥梁作用

（三）标杆媒体智库差异化发展要点

思想创新与舆论传播是媒体智库发展的两翼。对媒体智库而言，发挥舆论传播是先天优势，打造信息搜集力和研究力，形成差异化的产品和服务，塑造出各具特色的智库品牌，则是后天养成。

1. 立足机构定位打造特色产品

标杆智库往往根据机构定位与专业特长，打造特色鲜明的产品或服务。光明智库堪称智库中的智库，其主要工作是研究智库和评估智库，为其他智库提供发布平台等。第一财经、封面智库、紫金传媒以高品质的研究报告和论坛打造智库品牌、扩大政商影响力。如第一财经研究院发布《未来银行创新报告 2017》《中

国金融风险与稳定报告》《中国城市和产业创新力》等报告。封面智库发布《2016中国地产报告》《中国互联网+数字丝绸之路报告》。紫金传媒推出指数系列产品，如《2017南京江北新区创新活力指数报告》《中国民众的经济信心指数报告（2017-2018）》。

2. 围绕聚焦领域汇聚专家队伍

标杆智库在聚焦领域汇聚专业人士，推动产品和服务的纵深发展。第一财经研究院聚焦经济领域，与北京大学、复旦大学、上海交通大学等著名高校经济领域的专家学者合作，办论坛、出报告。光明智库聚焦党建和思想理论建设，集合党校、社科院和高校的专家学者，根据中央部署和党建形势明确研究方向。紫金传媒聚焦社会学、传播学，整合南京大学、江苏本地文化企业和传媒集团相关研究人员，开展主题类、区域性的经济社会调查。封面智库聚焦金融和科技领域、“一带一路”议题，整合北京、上海等地高校学术资源，开展相关主题研究。

3. 根据数据资源挑选研究方法

四个标杆智库拥有不同数据资源，采用不同的研究方法。光明智库和第一财经研究院既通过一线调研、记者观察、专家采访等方法展开研究，又通过大数据平台和信息化工具进行数据挖掘，完成分析报告。紫金传媒惯用的研究方法为样本调查和大数据计算，其依托南京大学社会学院，抽样调查水平在全国领先，推出了多个抽样调查的拳头产品，如扬州国际马拉松调查。封面传媒拥有八十余人的数据技术团队，与阿里巴巴有着深度合作，利用强大的数据抓取和分析能力，多层次剖析、精准化解读，推出舆情产品。

表 33 标杆媒体智库差异化特征

特 征	光明智库	封面智库	第一财经	紫金传媒
立足机构定位 打造特色产品	思想理论、党建、 政治、经济研究	企业类、科技 类研究报告	财经类研究报告	地方政府报告 指数系列产品
围绕聚焦领域 集聚专家队伍	党校、社科院和高 校的专家学者	金融、科技领 域的专家学者	经济领域的专家 学者	社会学、传播学 领域专家学者
根据数据资源 挑选研究方法	调查、专家访谈和 大数据分析	大数据抓取和 大数据分析	调研、记者观察、专 家访谈和数据挖掘	抽样调查

（四）标杆媒体智库的经验共享

1. 打造产品矩阵，发展量力而行

创新理念及方法，是标杆智库的独特优势。标杆智库不仅以项目研究、报告发布为主要任务，还在此基础上建构适应市场的产品矩阵。根据媒体传播特点，打造论坛、讲堂、智库专访和线上研讨等智库产品。在智库建设中，标杆智库不盲目求大，量力而行。中央和地方综合类媒体智库着力于解决政府发展难题，行业媒体智库则利用其资源积累和数据挖掘能力，为产业或企业提供个性化定制服务。

2. 重视数据挖掘，提升分析能力

媒体向智库转型的核心是实现数据智能化。通过对数据的提纯、按需抓取和整理，做数据分析，优化研究方法，提升研究产品和服务的质量。利用调研数据和爬虫获取的大数据，发布行业指数、行业排名、趋势预测和政企报告。发挥传播渠道优势，运用数据分析技术进行网络舆情数据挖掘，为决策部门提供及时、有效的信息。利用媒体平台和渠道收集民众建言，充分发挥政府、企业、媒体和民众的联接作用，为政府即时洞悉民意提供参考。

3. 持续做大流量，推进智识传播

标杆智库能够把智库的政策影响力同媒体的大众影响力进行整合，通过扩大流量，实现智识传播的网络效应。通过建设主流媒体平台，拓展新媒体传播渠道，运用微博、微信公众号、App 等移动端传播研究成果。利用社交网络组建社群，实施网络品牌营销，将媒体自身的公信力、号召力较好地转化为智库产品的影响力、引导力，促进民众意见的上行，加速智识的双向流动、互动。

七、国关智库发展特征及改革路径

国际关系类智库（以下简称“国关智库”）的繁衰是一国与世界各国关系的映射。在站起来、富起来、强起来的过程中，中国与世界的关系是更加开放与合作。与各国和谐共舞，体现大国担当，提升国际话语权，缓释强盛起来的中国引发的他国的猜忌与担心，诸多需求激发了国家建设国关智库的热情。正如实物与镜像之间的关系，国关智库的发展既反映了中国在世界体系中的地位提升，也反映了中国与世界的问题所在。

（一）国关智库的发展概况

服务国家外交战略，是时代赋予国关智库的重要任务。国关智库担责的主要方式是为国家提供高质量的报告和建议，在本国或他国以会议、培训等方式开展二轨外交等。深悉他国国情、擅长斡旋变通、精于关系调解、外交官挂帅、国外政要支撑是知名国关智库的发展常态。

从数量来看，国关智库的规模并不大，占我国智库的比重不高。从本报告的智库评价池中，挑选出 65 家国关智库。其中，国家级智库 4 家、高校智库 46 家、社会类智库 15 家（见表 34）。

表 34 国际关系类智库

序号	智库名称	序号	智库名称
1	中国国际问题研究院	34	中国与国际关系研究中心
2	中国现代国际关系研究院	35	西北大学中东研究所
3	商务部国际贸易经济合作研究院	36	延边大学朝鲜半岛研究院
4	财政部国际财经中心	37	“一带一路”合作与发展协同创新中心
5	北京大学国际战略研究院	38	云南财经大学印度洋地区研究中心
6	对外经济贸易大学国际经济研究院	39	浙江大学非传统安全与和平发展研究中心
7	对外经济贸易大学全球价值链研究院	40	浙江师范大学非洲研究院
8	对外经济贸易大学世界贸易组织研究院	41	中俄全面战略协作协同创新中心
9	复旦大学美国研究中心	42	中国海洋大学日本研究中心
10	广东国际战略研究院	43	中国南海研究协同创新中心
11	广西大学中国-东盟研究院	44	中国农业大学国际发展研究中心
12	国际关系学院国际战略与安全研究中心	45	中国人民大学重阳金融研究院

13	湖南大学国际贸易研究智库	46	中国西部边疆安全与发展协同创新中心
14	华中科技大学非传统安全研究中心	47	中山大学南海战略研究院
15	江苏师范大学“一带一路”研究院	48	中山大学粤港澳发展研究院
16	兰州大学中亚研究所	49	中央财大绿色金融国际研究院
17	南京大学非洲研究所	50	周边合作与发展协同创新中心
18	南开大学亚太经济合作组织研究中心	51	全球化智库
19	清华大学国际关系研究院	52	一带一路百人论坛
20	清华大学中国与世界经济研究中心	53	蓝迪国际智库
21	厦门大学东南亚研究中心	54	察哈尔学会
22	厦门大学台湾研究中心	55	盘古智库
23	陕西师大“一带一路”建设与中亚研究协同创新研究中心	56	中国战略文化促进会
24	上海 WTO 事务咨询中心	57	中国国际经济交流中心
25	上海对外经贸大学国际经贸治理与中国改革开放联合研究中心	58	中国人民外交学会
26	上海国际金融中心研究院	59	中国战略与管理研究会
27	上海外国语大学中东研究所	60	上海 WTO 事务咨询中心
28	丝绸之路国际法与比较法研究所	61	北京国际城市发展研究院
29	丝绸之路经济带建设研究中心	62	中国南海研究院
30	丝绸之路经济带研究协同创新中心	63	亚太创新经济研究院
31	四川大学南亚研究所	64	海南亚太观察研究院
32	同济大学德国研究中心	65	中国丝路智谷研究院
33	武汉大学国际法研究所		

从空间上看，国关智库的分布呈“两多一少”格局（见图 33）。首先，北京和沿海地区的智库数量多。其中，北京 25 家、上海 8 家、广东 8 家。其次，丝绸之路经济带沿线省份智库数量多。陕西师大“一带一路”建设与中亚研究协同创新研究中心、丝绸之路国际法与比较法研究所、丝绸之路经济带研究协同创新中心等国关智库的设立，体现了丝绸之路经济带对沿线省区智库建设的促进作用。第三，经济不发达的西部省区智库数量少，如新疆、西藏、青海、内蒙古等省区暂无国关智库。

从结构来看，我国国关智库主要分布在高校智库、社会智库，国家级智库较少，地方性智库更是罕见。^①在 65 家国关智库中，社会智库的占比为 22.7%，高校智库为 18.1%，国家级智库为 6.1%，地方性智库为 0。

^① 地方性智库中有国关智库或研究国关的部门或中心，但被纳入智库评价的很少，本报告不做考虑。



图 33 国关智库分布情况

从机构属性来看，国关智库主要以事业单位和参公单位为主。机构设置方式呈现多元化特点，除了单独设置的机构外，还有几个单位联合设置的智库，也有几块牌子一套人马的智库。

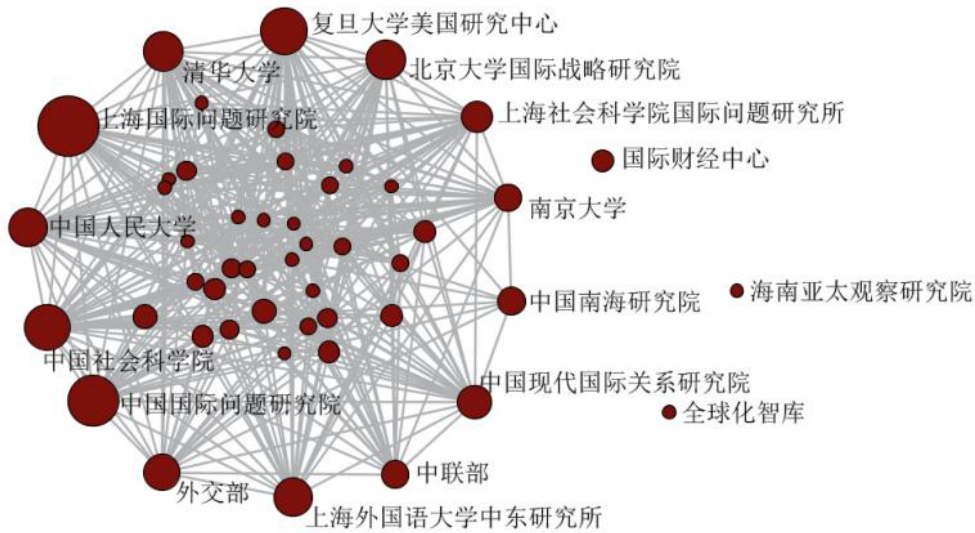


图 34 国际关系类智库关系图（2017 年）

从活动来看，国关智库表现活跃。我们对 65 家智库的官方网站新闻报道进行整理，筛选出 2017 年国关智库的 263 条大事记，据此做出国关智库的关系网络图（见图 34）。2017 年表现活跃的国关智库有上海国际问题研究院、中国国际问题研究院、中国现代国际关系研究院、北京大学国际战略研究院、中国社科院亚太

研究院、上海外国语大学中东研究所、复旦大学美国研究中心、上海社科院国际问题研究所 8 家^①，占 65 家国关智库的 12.3%。

从整体来看，国关智库发展呈现“强者更强，优者更优”的趋势。高影响力的国关智库往往是国家级智库或者背靠著名高校的智库。如北京大学国际战略研究院、复旦大学美国研究中心、四川大学南亚研究所、上海外国语大学中东研究所等高校国际关系智库群都属于大影响力的国关智库。这些国关智库的优势来源于两个方面。一方面，影响力大的国关智库原创产品丰厚，往往是首发。例如，国务院发展研究中心亚非发展研究所原所长周晓晶，2018 年 3 月 21 日在中国网发表特约文章《扩大开放、优化营商环境凸显中国自信和政府担当》^②，其他智库纷纷转发该文。另一方面，影响力大的国关智库拥有稳定的专职科研队伍。如中国人民大学重阳金融研究院拥有 23 人的驻院研究员团队，这些成员的研究成果成为该机构学术成果的重要来源。检索 CNKI，2017 年以中国人民大学重阳金融研究院为作者单位的期刊、报刊文章有 184 篇。

（二）国关智库的五大特征

1. 国际化程度偏高

国关智库的研究领域、研究视角使其具备先天的国际化优势。国际化是衡量国关智库优劣的标准之一。如中国现代国际关系研究院、中国国际问题研究所、上海国际问题研究所等智库，常年举办国际研讨会和双边会议，就国际和地区议题进行磋商。国关智库还较为重视科研成果的国际化。以上海外国语大学中东研究所为例，2017 年该所出版学术专著 10 本，其中英文专著 3 本，占出版总数的 30%。

2. 发展求专不求大

国关智库的影响力大小与智库的专业性有直接关联，与智库的人数和规模没有必然的联系。如浙江师范大学非洲研究院、四川大学南亚研究所等智库，他们的科研人员规模并不大，但因研究领域聚焦，在国内该研究领域出类拔萃。如 2017

^① 以 8 为临界值，区分活跃智库与非活跃智库。

^② 中国网：《周晓晶：扩大开放、优化营商环境凸显中国自信和政府担当》[EB/OL]，[2018-03-21]。
http://opinion.china.com.cn/opinion_58_181558.html

年洞朗对峙期间，四川大学南亚研究所能迅速邀请到国际、国内相关领域的著名专家赴川开会，就相关问题进行探讨。再如，浙江师范大学非洲研究院不仅在非洲研究方面成果突出，积淀深厚，2017年还组织拍摄大型纪录片《我从非洲来》。该片获得中国人民对外友好协会、中宣部、中联部、国家新闻出版广电总局等部委的一致好评，引发了国内相关研究人员和中非观众的情感共鸣。

3. 坚持战略性和前瞻性

战略性和前瞻性是国关智库的生存之道。战略性、前瞻性对国关智库研究的长期性、可持续性提出很高要求，屏蔽了一些想要快速“上位”的智库。2017年，中国现代国际关系研究院、中国国际问题研究所等智库能够在美国现任总统特朗普就职、欧洲多国大选、朝鲜核试验等重要事件节点，纷纷发表高水平的文章、组织高质量的研讨会。与这些智库长期从事相关问题研究密不可分。

4. 重视成果转化和传播

发展势头良好的国关智库大多注重品牌建设和思想传播，基本形成了一整套稳定的科研流程体系和成果输出体系。在成果转化方面，智库积极推动研究成果进入公共议程，使之转化为政府文件或法律法规，如新成立的移民部，与全球化智库近十多年对该议题的推动有一定关系。在成果传播方面，大多数国关智库主要沿用传统的宣传模式，如举办研讨会、办好专业性杂志、召开媒体发布会等。^①部分活跃的国关智库积极探索运用大数据、新媒体等推介研究成果。这些智库及时更新官方网站信息，注重微信、微博公众号的使用，开发自己的官方APP，使得智库思想得以二次、三次传播。有的国关智库还创新传播方式，强化智库的社会功能。如浙江师范大学非洲研究院建立了自己的专业博物馆，力倡“让文物说话”，向公众打开了传播的大门。

5. 大聚居、小杂居分布

高影响力国关智库分布呈现“大聚居，小杂居”特点。“大聚居”指的是国内著名国关智库主要聚居在北京，如中国现代国际关系研究院、中国国际问题研

^①国内影响力较大的国际关系智库大多办有一种或多种学术期刊或报纸，如《南亚研究季刊》《现代国际关系》《南亚研究》等刊物。

究院、国际关系学院国际战略与安全研究中心、北京大学国际战略研究院、财政部国际财经中心等。还有一部分聚集在上海，如上海国际问题研究院、复旦大学南亚研究中心等。“小杂居”指的是国内的很多城市也“散居”着一些著名的国关智库。这些智库与当地其他类型智库共生共荣、共同发展，如成都的四川大学南亚研究所，兰州的兰州大学中亚研究所，昆明的中国南亚东南亚研究院，武汉的武汉大学国际法研究所，广州的中山大学粤港澳发展研究院、海口的海南亚太观察研究院，中国南海研究院等。

（三）国关智库的改革路径

国关智库有其自身的发展规律。因此，诸如“智库资金来源多样化”、“普遍采用理事会治理机制运营”等智库发展建议可能适合其他类型的智库，但是对于国关智库来说就不太适合。

1. 有针对性的“去病”

国家级的国关智库大多历史悠久、积淀深厚，课题任务多、工作压力大，但因没有生存压力，容易出现官僚化弊端。高校的国关智库依托高校，学科齐全、人才密集，往往因与政府的关系松散，偏好理论而非实践，研究容易出现与实际脱节的问题。社会智库中的国关智库形式多元、体制灵活，一些智库已经打通经费来源、项目来源渠道，以及对策建议上行通道，但学术积淀不足的问题依旧明显。国关智库要有针对性的“去病”。如增加国家级国关智库的灵活性，以人才之“活”提升机构活跃度，推动体制机制改革。高校的国关智库要在强化理论优势基础上，弥补实践短板，强化与政府部门的合作。社会类的国关智库要稳定人才队伍，集中力量夯实优势领域。

2. 培育复合型高端人才

目前我国针对某些中小国家的研究十分薄弱，相关领域专家奇缺。国关智库对高端人才的要求较为具体，必须是长期跟踪某一领域或者是某一国家、熟悉外交工作、与研究对象有着密切沟通的复合型人才。按此标准，即使是经验丰富的外交官，在其退休后也需要紧跟时事，掌握最新动态，才能做出科学、客观的判

断。另外，由于中国不是移民国家，这在一定程度上制约了国关智库引进他国专业领军人才。国关智库人才培养要坚持“内部培养为主，外部引才为辅”原则，走复合人才、高端定位的路线。在人才选拔上，充分考虑国际化的需求。在人才培育上，邀请时任或卸任的外交官为智库领军人物，以传帮带模式培育人才。与政府机构建立长期合作关系，实现智库专家与政府官员的“轮流转”。

3. 强化智库的社会功能

国关智库要通过举办会议、公益活动或讲座，为国际关系爱好者传播消息、提供思想见地，帮助国内民众了解国际局势。一些高影响力的国关智库可以通过多样化的产品形式为社会服务，如印发工作简报、网络发布研究报告、发表简短论文、提供政策简报（对当前事件的分析和预测）、向成员定期发送新闻邮件、公众期刊，以及开通微博微信、开发应用 APP 等。

4. 扶持、壮大优质智库

从国关智库中选拔 10-15 家实力较强的智库予以重点扶持，选拔 20 家智库予以专项扶持，形成国关智库的扶持梯队。对国关智库的扶持主要是政策扶持而非资金扶持。要根据实际需要放宽此类智库选人、用人的自主权，简化资金使用报批流程，提升此类智库的自我管理能力。对于其他的国关智库，鼓励其建立多元化的筹资机制，多渠道吸收社会资金，在争取课题项目的同时，为智库发展提供充足的资金保障。

八、社会智库制度设计与健康发展

2017年，社会智库迎来了里程碑事件。民政部等9部委出台了《关于社会智库健康发展的若干意见》（以下简称《意见》），为社会智库发展明规定则。这一年，一些社会智库强势发展，跻身全球智库100强，一些社会智库影响力减弱，开始掉队。总体上，社会智库的发展不及党政智库、高校智库，但其贴近市场的先天优势，为施展拳脚预留了更大空间。熟谙市场规律，因应市场发展，社会智库开启了从“野蛮生长”向“有序成长”的转型之门。

（一）顶层设计助推智库健康发展

《意见》以“规范”“支持”为重点，以“健康发展”为目标，进一步强化党对社会智库的引导作用。

1. 明确智库身份和定位

2015年，“两办”发布《关于加强中国特色新型智库建设的意见》后，在大干快上的趋势下，打着“智库”招牌成立的机构如雨后春笋。这些戴着智库帽子的机构有不少以盈利为目的，发展目标与智库主旨南辕北辙，导致社会智库乱象屡屡出现。

《意见》明确提出社会智库由境内社会力量举办，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，具有法人资格，是中国特色新型智库的重要组成部分。《意见》针对社会智库发展中的问题正本清源，使社会智库激浊扬清有据可依，也为鼓励和支持社会智库发展提供了政策依据。

2. 提高规范化管理水平

《意见》确立了社会智库的双重负责管理体制，即由民政部门进行登记，由省级社会科学界联合会或业务主管部门担任主管单位。既然是双重负责，为避免各部门的职责重叠或遗漏，《意见》明确划分了民政及业务主管部门的职责分工：民政部门负责社会智库的登记、监督、行政执法等；业务主管单位负责社会智库登记前的审查，及党建、财务人事、研讨活动等管理。《意见》理顺了社会智库

管理机制，厘清了部门职责边界，形成了分工明确、相互配合的管理体系。

《意见》强化对社会智库的监督，通过建立重大事项报告、活动审批、信息公开等制度，确保智库活动的公开、透明。以信息公开为例，针对大部分社会智库没有主动公开财务和受捐情况，《意见》明确提出“对于慈善项目等重大活动周期超过六个月的，至少每三个月公开一次进展情况，活动结束后三个月内应当全面公开活动情况”的要求。同时，《意见》从上级管理部门、智库自身和社会监督三个层面对社会智库进行立体管理，保证管理的全面和可持续性，夯实社会智库健康发展的“防波堤”，为社会智库健康发展奠定基础。

3. 鼓励智库抓自身建设

《意见》从治理结构、党建、主体责任、人才队伍、财务和服务能力6个方面要求社会智库强化自身能力建设。第一，强化内部治理结构。一部分社会智库不重视党建工作，主体责任意识淡薄，政治底线一退再退。《意见》明确提出党建和主体责任的要求，强化党的十九大提出的“牢牢掌握意识形态工作领导权”这一宗旨。第二，强化人才队伍建设。《意见》提出建立完善人才招聘、使用、培养、考核、激励机制。第三，强调品牌建设的重要性。《意见》殷切希望社会智库努力建设有较大影响力和知名度的智库品牌，成为中国特色新型智库的重要力量。

（二）2017 年社会智库发展特征

1. 优质智库实力增强

2017 年，我国社会智库总体实力稳中有升。在全球榜单中，社会智库排名有所提升。如在美国宾夕法尼亚大学《全球智库报告 2017》中，全球化智库是我国唯一上榜的社会智库，全球排名第 92 位，比 2016 年上升了 19 位。在国内榜单中，社会智库排名也有上升趋势。如上海社会科学院《2017 年中国智库报告》的综合影响力排名中，社会智库排名最靠前的中国国际经济交流中心名列第 11 位，比 2016 年社会智库最高排名上升 3 位。在四川省社会科学院《中华智库影响力报告（2018）》的综合影响力排名中，社会智库排名最靠前的全球化智库名列第 9 位，比 2016 年社会智库最高排名上升 1 位。

表 35 社会智库综合影响力排名变化情况

研究机构	研究报告	范围	2017年社会智库最高排名	与2016年社会智库最高位次比较
宾夕法尼亚大学	全球智库报告 2017	全球	92	上升 19 位
上海社科院	2017 年中国智库报告	中国	11	上升 3 位
四川省社科院	中华智库影响力报告 2018	中国	9	上升 1 位

2. 专注特色议题开发

与体制内智库相比，社会智库没有财政资金支持，也缺乏专职研究人员储备。注重“一招鲜吃遍天”，不盲目追逐热点成为社会智库的普遍做法。例如：福卡智库主要专注于财经领域，推出《福卡分析》《经济预测》《福卡行业趋势》《资本金融》等产品，出版《中国经济》等系列专著。长江教育研究院扎根教育领域，推出了《中国教育黄皮书》《长江教育论丛》《教育政策建议书》等智库产品，举办“长江教育论坛”等活动。福睿智库专注产业研究，包括产业园区规划、新城开发、产业规划等。中国南海研究院、海南亚太观察研究院等主要从事国际问题研究，推出了《南海地区形势评估报告》《南海评论》等智库产品。国观智库聚焦海洋、边疆、“一带一路”研究，发布有《生力军的进击：中国民企在“一带一路”建设中的地位和作用》等著作，举办两岸学者海洋问题对话会等活动。

3. 智库格局两极分化

2017年，社会智库两极分化现象比较明显。一方面，一些社会智库的品牌愈发响亮，在特色议题领域独领风骚。如中国国际经济交流中心在经济发展、中国（深圳）综合开发研究院在粤港澳大湾区建设、中国（海南）改革发展研究院在经济社会改革、全球化智库在国际问题、移民和人才发展等领域推出高水平研究成果。这些研究报告和政策建议得到了国家高度重视，部分政策建议已形成政策文件落地。例如，中国（海南）改革发展研究院形成《2020：赢在转折点的改革行动（30条建议）》被列为十九大报告起草组参阅件，《建立海南自由港——方案选择与行动建议（20条）》已逐步落地；全球化智库的移民政策建议得到高度重视，为国家移民管理局的设立及相关移民政策推出做出积极贡献。另一方面，一些社会智库开始衰退。如成立超过20年的某老牌社会智库曾制定过全国评价体系，

得到时任中央政治局常委多次批阅，但在近年来活跃度下降，2017年没有推出有影响力的产品，官网更新也趋于停滞。某社会智库官网上“研究成果”栏目的成果只有1个研究报告和多年前的3个出版物，该智库曾推出过很好的研究课题，但后继研究没有跟上，2017年也仅推出了一部调查报告。

4. 二轨外交有序延展

社会智库的独立性较强，属性更偏向市场。在国际交往中，更易撇开某些西方意识形态的成见，为政府传声代言。2017年，社会智库的“二轨外交”既有继承，又有拓展。如中国国际经济交流中心开展的中美、中日对话分别达到第九轮和第三轮，声望不断积累。2017年9月，中国国际经济交流中心又新推出首届“中欧二轨对话”，使对话的深度和广度不断拓展。中国南海研究院2017年7月与美国美中关系全国委员会合作举办第五轮“中美海上问题与国际法对话”，11月与日本笹川和平财团海洋政策研究所等合作举办“2017中日海洋对话会”。

5. 引领和带动力提升

相比于体制内智库，社会智库的竞争观念更强、市场活力更高、营销手段更加丰富。2017年，在推动中国特色新型智库建设上，社会智库后来居上，在一些领域开始扮演意见领袖的角色。如全球化智库在博鳌亚洲论坛2017年年会上主持了“华商领袖与华人智库圆桌会议”。长江教育研究院参与组建教育智库与教育治理研究评估中心，将定期公布全国教育智库排名情况。中国国际经济交流中心主办的第五届全球智库峰会在北京召开。

九、智库建设中存在的问题及对策建议

2015 年以降,通过试点高端智库、细化地方政策、规范健康发展,中国特色新型智库的数与质有了根本性改变。在这个过程中,各类智库的优势更加凸显,问题也愈发突出。这些问题中有很一部分不具有普遍性,分类改革、对症下药成为我国智库纵深发展的不二之选。

（一）共性问题与个性问题

1. 分类解决问题的需求更突出

四类智库的改革不能用同一思路、同一方式来解决问题。**国家级智库**有先天优势,与中共中央、国务院及其直属机构关系紧密,思想上行通道顺畅,在人才、经费、信息上占据天时地利人和。但国家级智库的机构性质和国家身份,使其在改革上难迈大步,优化存量成为智库建设的首选。**地方性智库**往往规模大、历史久、学科多,其在智库竞争中有“腹背受敌”之困。一边是学科建设要走“理论路”,一边是智库建设要过“实践桥”。专家须在写论文与写报告间灵活切换,在理论研究与对策建议之间有效对接。通才可能成为智库建设的潜力股,也可能成为“名家难出”的根源。**高校智库**具有站位高、定位准、专业强的比较优势,但发展处在“焦虑”“模糊”的状态。虽然一些高校成立了智库,但智库的运行经费和人员得不到保障,处在空置与半转状态。一些高校对智库学者的身份存在“隐性歧视”,学者只能沿着高校职称的“杆”向上爬。如何让优质人才加入智库队伍,考验着高校“一把手”的智慧。**社会智库**有独立的身份、灵活的用人机制和更加多元的资金引流渠道。既要契合市场规律,把扩大影响作为主攻目标,又要紧跟时讯热点、抢占思想先机、及时高调发声。一些社会智库处理不好“听指挥”“做自己”“跟市场”三大问题,引致国家强调社会智库的健康发展。与体制内智库相比,社会智库资源汲取能力主要依靠一把手,长期发展中头雁缺失或缺位的风险较大。

2. 关注影响力而不是品牌塑造

中国智库面临的问题与中国制造类似，即缺乏品牌。品牌具有象征性、持久性、延伸性和增值性，需要长期培植与打造。虽然我国智库在“扩大影响力”上已形成共识，但其关注点不在品牌，有品牌意识的智库非常少。如智库依靠“明星效应”“大牛效应”打广告、扩影响的做法十分普遍。该做法可以快速提升智库影响力，但影响力来得快，去得也快，无益于智库品牌的形成。再如，一些智库以优厚的报酬聘请国内外顶级专家为特邀研究员或高级研究员。这些专家主要参与智库的短时行为（如出席活动、引导性发言、即兴发言等），为智库带团队、做研究的长期行为很少。

3. 人才需要“填空”与“激活”

智库人才分两类，即研究型人才与运营型人才。共性问题出在运营型人才。大多数智库都有财务、人事和研究部门，没有或缺乏负责产品包装、传播推广的部门（人员），存在运营人才的空白。个性问题体现在研究型人才。研究型人才的关键点在“活”，人才“进”“出”的通畅与平衡。对国家级智库和地方性智库来说，人才的主要问题是“进得来”“出不去”。对社会智库和高校智库来说，人才的主要问题是“停不下”“留不住”。这两种情况都不利于智库人才活水的形成。

4. 产业化缺乏大市场和大生产

当前我国智库推进产业化的条件并不充分。第一，智库的市场容量不够大。很大一部分智库产品的供给是体制内智库以“分内工作”的形式来实现的；多年来，国家社科基金等省部级课题的规模较为稳定，没有出现井喷式、指数级增长；决策咨询服务外包虽在一些地方有尝试，但没有全面铺开。第二，智库产品的社会化生产未普行。智库产业化意味着社会化生产在智库业的推进，意味着研发、生产和传播功能的分置。目前，“小作坊”仍是智库生产的常态，流水线式的社会化生产在智库业很难实现。第三，智库产品的市场定价困难。市场的特征是以价格为信号，智库产品易被复制、知识产权难以保护等原因，令智库产业化面临着诸多障碍。

（二）强化智库分类建设的建议

综上，不能用一个盆装所有的菜。党和国家既需要为智库发展营造好的环境，也需要鼓励智库差异化发展，彰显特色、突出本色。智库规划者要从大而统的思维中抽身出来，对各类智库给出精细化、精准化的长期发展策略。

我们认为，**中国智库在发展中必须注意五点**：**第一**，要警惕“外部反思”的负面影响。当前以弱化、抹杀社会的实体性内容与差别为前提，把一般性的原则运用到任何内容之上的“外部反思”在国内依旧有市场，不利于各界形成对中国道路的深刻理解。**第二**，不能围绕态度做文章。简单的表态游戏可能导致不可挽回的错误决断。专家的言辞要建立在扎实的理论及严密的逻辑之上，吹唇唱吼只能制造繁荣的假象。**第三**，市场在智库领域的作用要定位在适度发挥，而不是起决定性。强化完全竞争，忽视智库的公益性，可能引发智库追求短期效益、经济利益，放弃智库本分。**第四**，智库国际化而不是美国化。不能将美国的标准作为国际化标准，也不能将西方发达国家的标准当做比发展中国家更好的标准。**第五**，要围绕品牌来扩大影响力。智库可以在传播上选择更加多元的叙事模式，但不能用缺乏思想、创造、伦理与社会责任的产品来扩大影响，更不能为营销而营销，缺乏知识产品的核心竞争力。

1. 树立针尖意识，准确有力发声

我国智库虽有发声的主动性，但发声导向不足、定位不清、力度不够的问题十分突出。智库要改变“不痛不痒”的发声习惯，不说“空话”“口水话”，让发声有力道。**一是培养国家级智库和国家高端智库的发声领导力**。国家级智库、国家高端智库要站在我国社会科学的前沿领域，抢占发声先机，把好意识形态关口，发挥导向、统领和统筹智库方阵的作用，形成号召、会聚智库的领导力。**二是培养地方性智库的发声亲和力**。地方性智库要充分发挥学科综合性强、对象接基层、研究接地气的比较优势，在做好区域决策、舆论导向和服务社会三件事的基础上，向中央和国家决策层面突破。**三是培养高校智库和社会智库的发声穿透力**。高校智库和社会智库的规模普遍不大，要在分领域、分专业、分任务的“三分”思维下，树立“针尖意识”，以细致而锋利的优质成果站位思想前沿、发声前沿。**四是强化发声的具体性**。智库必须站在一个能把中国特色社会主义建设和现代化国家建设联系起来的中观视角，以这样的视角来

使宏观历史场景成为一个有理论假设和事实支持的“具体的宏观”和“具体的抽象”。

2. 以百年老店精神打造一流智库

中国智库不能像穿了红舞鞋一般，一刻不停地发展。适度的规模扩张必须以质量提升、结构优化为目标，党和国家要鼓励智库以百年老店精神打造一流品牌。

一是鼓励智库“达国标”。智库是社会主义意识形态的捍卫者，“达标”智库要具备三个特点，即政治正确、学术精深、话语权大。其中，政治正确保证“方向对”，学术精深保证“讲科学”，话语权大保证“有人听”。**二是鼓励智库差异化错位发展。**鼓励智库通过提供特色化产品、提高专业辨识度、涵养思想需求者、扩大传播优势等方法来培育品牌。**三是培养智库龙头意识。**鼓励智库明确主方向、主业务、主领域，精准“贴标签”，实现快速分类，在细分领域占领制高点。**四是鼓励“老店”创新。**鼓励带有互联网背景的智库，以新业态、商业模式创新实现产品供给方式或渠道的差异化。鼓励传统智库通过嫁接外部优势资源，盘活存量、优化增量，形成核心竞争力。

3. 实施人才新政，培养高精梯队

大多数国内智库对人力资源的运作主要集中在“高端”“外引”和“共用”，对内部培养、团队打造更是缺乏热情，导致智库人力资本的稳定性和忠诚度普遍不高。党和国家要为智库人才营造良好的发展环境，以分类培养的思维打造分工有序的团队。**一是出台人才认定、评价和职称评定的相关政策。**中央和国家相关部门要针对智库人才特征和成长规律，出台有约束力、有激励性的人才评定办法。各地要在中央和国家政策的导向下，出台智库人才评定细则。规范智库专家称谓，提高各界对专家专业性的辨识能力。**二是把智库高端人才引进放入政策优惠篮。**鼓励各地比照企业、产业引进人才的优惠政策（落户、住房和子女教育等）提出智库人才引进方案。各地政府或相关部门要探索发布社科系列的“高层次人才分类认定目录”，把智库人才放入优惠政策的一个篮子。**三是鼓励智库打造高精梯队。**“高精”突出多学科、跨领域高端人才的特色；“梯队”力求建立包括基层科研、创新团队、大师学者的阶梯式学术团队。**四是**

建立运营团队、部门，安排专人负责运营工作，将智库专家从运营的困境中解脱出来。

4. 扩大市场容量，提升运行效率

在产业化条件不充分的情况下，要通过扩大市场容量、推动局部市场化、强化分工协作是智库发挥市场作用。**一是扩大智库思想市场容量**。首先促进政府采购制度化。除了单项产品购买常态化之外，政府与智库可以约定“年包”服务，把“计件”转化为“计时”。其次鼓励智库根据政府、社会需求，量身定制服务，明确服务定价。再次，鼓励智库开拓海外市场，弥补国内市场容量不足的问题。**二是推动智库局部市场化**。智库每年的会议订单很大，可以首先推进智库会议市场化，把智库管理人员和专家从繁杂的会务中解脱出来。智库对产品传播的需求很大，可以推动传播市场化，让专业公司介入智库形象打造、产品包装、产品发布等。**三是以分工协作提升智库运营水平**。在智库内部建立运营部门，编制预算、划拨资金、配备专员，提升智库专业化运营水平。

5. 不盲从国际化，多路径促融合

国际化水平是智库开放度、影响力以及全球话语权的重要支撑。在推进国际化的过程中智库要把握好几个“度”。**一是不可盲从、盲信国际化**。如在学术发表与活动中，不能有英语优先的偏见。在人才选择上，不能认定同等学历中“喝过洋墨水”的一定更优。**二是将国际化作为智库的“选项”**。不是所有智库都要把国际化作为重点，如一部分地方性智库、高校智库的议题设置带有地缘特征，国际化的需求不高。**三是发挥智库在国际化中的引领作用**。如制造概念、创新理论，让世界各国都可使用；分享发展经验和成功做法，为世界各国提供借鉴；通过举办国际会议、专题讨论来促进智库交流；打造具有国际影响力的对话平台，促进知识传播与转移。**四是增加智库的国际元素**。如引进外籍人员（人才国际化）、强化多语种推广（表达国际化）。**五是鼓励智库走出国门**。向全球推介本国优质成果（成果国际化），在国外组建智库分支机构（机构国际化），在全球范围开展咨询业务（任务国际化）。**六是参与国际标准制定**（标准国际化）。