

研究新常态 建设新智库

■ 四川省社会科学院党委书记、教授 李后强

不久前召开的中央经济工作会议有一句话很引人注目:“认识新常态、适应新常态、引领新常态”,这是当前和今后一段时间我国经济发展的大逻辑。现在,政界、商界、学界都在议论新常态,党委政府工作报告都大讲新常态,并且把新常态与新智库联系起来讨论。

第一个问题: 新常态新在何处?

所谓经济新常态,主要体现在两个方面,一是“质”的变化,一是“形”的变化。只有质变才是实质的新。这里的质变指结构、元素、理念的变化。形变指方式、道路、举措的变化。新常态下,形式和内容都在变化,但本质上是一个质变的过程。新常态是指由过去的状态向一种新的相对稳定的常态的转变,是一个全面、持久、深刻变化的时期,是一个优化、调整、转型、升级并行的过程,是一个新的阶段、新的时代、新的方式、新的趋态、新的态势。经济新常态不是一个经济周期,而是一个经济时期,甚至是一个“经济时代”。这个时期的经济发展具有调整性、稳定性、长期性、全面性、深刻性、动态性、耦合性等特点。这是一个大洗牌的过程,是一个组织再造的过程,是一场“化学反应”不是物理变化。

各地经济新常态特征可表述为“9+X”。这里,9 指的是习近平总书记提出的新常态 9 个趋势性特征,X 指的是各地经济新常态的个性特征。9 和 X,是共性与个性的关系,是一般性和特殊性的关系。面对新常态,信心是关键。我们要有辩证思维、战略思维和创新思维,应该看到不同地方的潜力和机遇不同。挑战与机遇并存,困难与希望同在。有的机遇大于挑战,有的困难较大。在新常态下,越是发达地区面对挑战越大。对于西部或四川而言,机遇远远大于挑战。四川民族地区幅员面积 30.2 万平方公里,占全省的 62%,经济发展水平还不高,经济发展的回旋空间很大,是机遇大于挑战,是利好,所以不必患调适恐惧症。广大干部群众一定要有在新常态下实现新跨越的信心和决心,努力在新挑战中迈上新台阶。

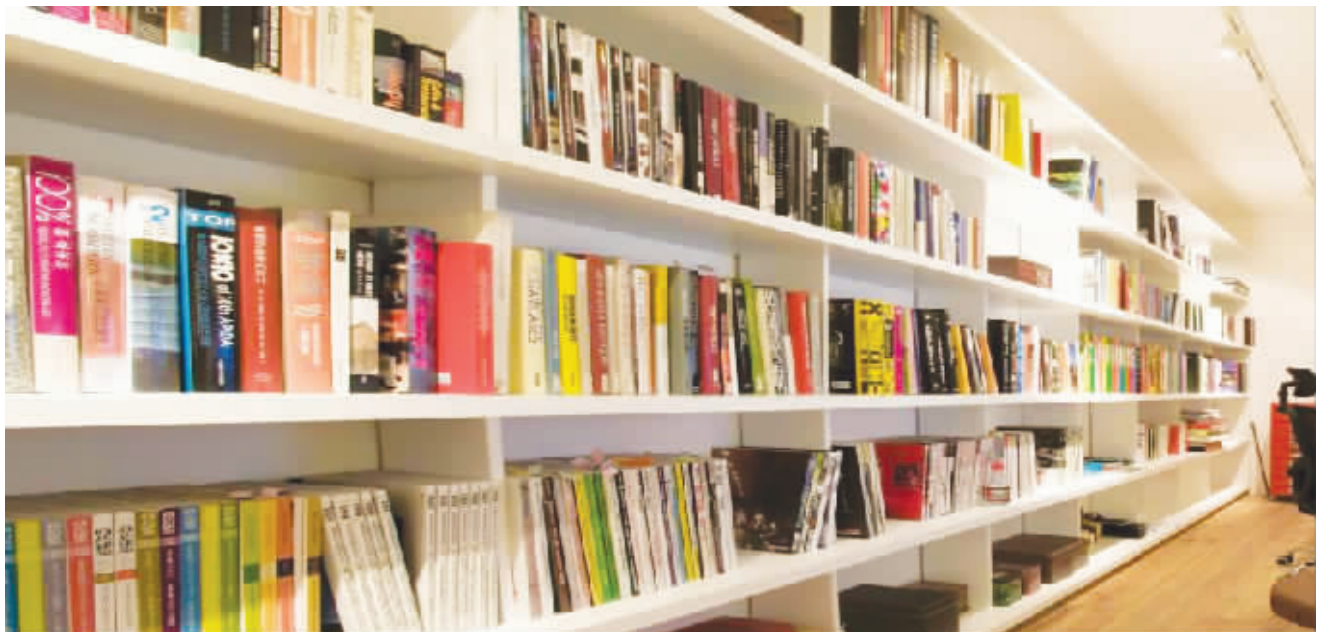
一般而言,新常态就是党的十八大以后中国进入的新状态,是一个较长的时期,不是短时期,并且有自身特定的规律和性质,包括经济、政治、社会、文化、生态、党建、国防、军事、外交等方面的新常态。不能把短期性、特殊性、突发性、历史性、个别性、外部性的问题纳入新常态,一定要科学把握以习近平同志为总书记的党中央的新判断、新论述、新思想、新战略、新举措。在新常态下,要把掘适者生存、创新引领、思维决定、后发优势、结构质变、方式依赖等规律。

第二个问题: 在新常态下智库的地位和作用

近日,中办、国办印发《关于加强中国特色新型智库建设的意见》(以下简称《意见》),体现了党中央高度重视科学决策、民主决策的思想和决策部署。学术界、媒体界一致认为,智库发展的春天来了。《意见》从思想上、理论上为我国智库发展指明了方向,从制度上、机制上为发挥智库作用提供了保障,是智库建设的一个重要纲领性文件,使我国智库建设进入了“建设中国特色新型智库,建立健全决策咨询制度”的新阶段。

“智库”或“思想库”(Think Tank)一词最早是由美国人发明的,指的是脑库、智囊团等一类的专业咨询机构。20 世纪 50 年代以后著名的兰德(RAND)公司成立为代表,一大批现代意义上的智库机构诞生,并在各国政治、经济、社会、军事等领域发挥巨大的作用。现代意义上的智库与中国古代“幕府”、“幕僚”、“师爷”等迥然不同。中国特色新型智库是党和政府科学民主依法决策的重要支撑,是国家治理体系和治理能力现代化的重要内容,是国家软实力的重要组成部分。《意见》对于中国特色新型智库地位和作用的高度肯定,符合中国国情,体现时代特征,顺应发展趋势,必将促进社科院迈上一个新的发展台阶。

社会科学院的价值在于它是产生思想和智慧的地方,而这种思想和智慧可以辅助决策者做出符合实际情况的重要决定,从而保证决策的科学性和正确性。美国布鲁金斯学会总裁塔尔博特称智库为独立于立法、行政、司法之外的“第四权力”。美国智库的作用主要是通过其所承担的设置政策议程、进行政策教育、搭建“知识”与“权力”的桥梁、推进公共外交等功能体现出来。当前,我国经济社会发展正处于深刻变化时期,全面深化改革、全面从严治政、全面推进依法治国和全面建成小康社会等“四个全面”的任务十分艰巨复杂,需要研究的课题很多,仅靠行政拍脑决策非常困



难,迫切要求社会科学研究工作者提出对策或建议。在过去的各级政府工作报告中,很难找到“社科院”这三个字。现在各地《政府工作报告》中几乎都有:“重视地方智库建设,发挥政研、参事、文史机构和社科院、行政学院、决策咨询委作用,畅通民间智库发挥作用的渠道”等内容,看来将智库建设写入政府工作报告也是“新常态”了,说明政府更需要科学决策、民主决策、依法决策,更需要智库支持。

第三个问题: 正确认识和处理的两个关系

现代智库是以服务公共事务决策、服务社会为宗旨,规范化、制度化、科学化地从事公共政策研究和决策咨询的机构,是决策体制的外脑和现代公共决策的重要环节。在全面推进智库建设中,需要正确认识和处理好两个问题。

一是关于独立性与纪律性的关系。智库研究独立性本是一个如何提高智库决策咨询质量和水平的问题,是指智库研究必须遵循客观、公正、实事求是立场,研究成果要立场相对公允、站得住、预测得准。然而,一些讨论中所说的智库“独立性”,其含义已偏离本义,一些人提出智库要“独立”于党的领导之外,否定我国现行宪法。这里“独立性”已变成一个伪问题,涉及智库建设的方向,这种偏离毫无疑问会伤害智库的健康发展。从国外的情况来看,国际顶尖智库所称的“独立性”,也是具体研究上的独立性,而非政治上的独立性,不是“非政党化”。美国传统基金会是共和党的大本营,这些人在共和党执政时即进白宫,卸职了就成了智库顾问。美国“最有影响力的思想库”布鲁金斯学会宣称,独立性是智库必须坚守的核心价值,是外界判定其能否成为高水平智库的关键所在。但布鲁金斯学会,与民主党关系密切,许多重要成员是民主党人,他们为政府出谋划策、储备和提供人才。现实中,智库研究不论是涉及重大国际性议题,还是国内议题,其研究成果必然具有鲜明的国家立场和政治价值取向。

中国国家治理体系现代化,是在国家主导下,实现国家、政府、社会以及智库的多元共治,而不是搞智库与国家、政府、社会的对立,更不是对抗。智库如果脱离了为公共决策服务的性质,其“独立性”是没有意义的。因此,谈智库独立性要把握好国家、政府、社会和智库关系,不应抽象地强调所谓“独立性”。

独立性是现代智库的一个重要而显著的特点。但是,请同志们记住,独立性并不是跟党委政府离心离德,更不是唱反调,而主要是指独立思考的学术品格要求。独立思考,是高质量科研成果的重要保障,是加强中国特色新型智库建设的一个基本要求。研究人员如果缺乏独立思考的能力,在研究过程中揣摩上级和领导的精神,甚至刻意迎合某些领导的心理需求和政策意图,或者人云亦云。这样的研究成果显然没有科学价值。研究人员必须具有求真务实、追求真理、独立思考的品格,不唯书、不唯上、只唯实。同时,我们要鼓励研究人员勇于并善于进行“建设性的批评”,科学研究需要“怀疑”精神,总是从“质疑”开始、以提出“建设性的批评”建议为终结。养成独立思考的能力、营造自由宽松的学术研究环境是建设智库的必然要求。

研究无禁区、宣传有纪律。智库要有国家责任感。去年 7 月,中国社科院院长王伟光在《中国社科院 2014 年“三项纪律”建设专题工作会议上的讲话》引起社会广泛讨论。王伟光指出,社科院不是“自由撰稿人”的松散联盟,想来就来,想走就走,想说什么就说什么,想写什么就写什么,想干什么就干什么,毫无政治性、组织性和纪律性。学者绝不能为了个人名利或其他什么政治目的而从事理论学术研究,而要为党和人

民做学问,为国家发展和民族振兴服务。要严守政治纪律和政治规矩。社科院的研究人员不仅仅是普通学者,而是党的思想理论文化工作者,更是党的思想文化战线上的战士,决不能把自己降低到一个“自由撰稿人”的地位上,“自拉自唱”、“自说自话”、“自娱自乐”,如社会大 V、网络公知那样。党和国家不需要这样的学者,社科院对人才的要求是又红又专。

二是关于基础理论研究和应用对策研究的关系。

地方社科院所处的地位决定它所从事的研究应是密切联系社会经济文化发展的应用研究和具有地方特色、区域优势的基础研究,作为思想库、智囊团,为地方党委、政府提供有效的决策咨询,为地方经济社会的发展给予有力的理论支持。因此,在地方社科院的研究中,基础研究与应用研究两者同样重要、不可偏颇。具体到每个科研人员,可以根据自己的研究方向、研究对象和研究兴趣等,选择基础理论研究,或者应用对策研究,或者二者结合。我们不作硬性规定,都是鼓励的。我们要求“基础研究勇攀高峰,对策研究敢下深海”,不论是基础理论研究还是应用对策研究,都要取得优异的成绩。

从事基础理论研究的同志,要像马克思和恩格斯一样,始终站在科学技术的前沿,对于科学技术领域里的每一个新发现都感到无限喜悦。马克思、恩格斯对自然科学非常熟悉,马克思还有一本厚厚的《数学手稿》。恩格斯,他差不多从 19 世纪 40 年代起就注意研究自然科学,50 年代已开始从哲学上,特别是用辩证唯物主义观点来评论自然科学上的一些现象和成就,60 年代开始研究生理学和解剖学,60 年代末 70 年代初在摆脱了商务工作之后更深入钻研自然辩证法。为此,恩格斯竟用了 8 年时间使自己在数学和自然科学方面来一个彻底“脱毛”,最终写出了不朽的著作《自然辩证法》。总之,恩格斯的一生不仅重视科学技术,而且把科学技术放在整个社会系统中加以考察,从而为我们留下了极为丰富的精神财富。今天,我们更有必要向革命导师马克思、恩格斯学习,关心科学技术,学习自然科学知识,自觉地把社会科学与自然科学结合起来,深刻认识并掌握当今经济和社会发展的内在规律。唯有如此,基础理论研究勇攀高峰才能成为现实。

当前,中国一些搞社会科学研究的学者,急功近利,很不重视数学手段应用,他们的论文充满着各种“猜想”,但没有定量证明。因此,被采用的可能性很小,应用风险大。在 2010 年的第十届中国经济学年会上,美国康奈尔大学经济学系终生教授洪永淼在接受采访时提出了一个“无量纲不学术”的话题。洪教授指出,在中国有很多政策性的建议,都是建立在跟数据不打交道的经济逻辑思维上的,而这种经济逻辑思维是隐含的有前提的。如果你的前提错了,你的逻辑思维即使正确,你得到的结论也可能和经济现实不一样,这就是为什么需要经验验证,也就是为什么需要统计、计量的分析。因为经济系统没有办法做实验,因此想要判断一个结论的科学性,每个人的标准都是不一样的。但是有一点是可以肯定的,就是如果没有计量分析,就会出现一种“公说公有理,婆说婆有理”的结果,就很难达到共识。希望有更多的研究人员能运用计量分析来研究社会现象,取得更多高品质的研究成果。

对于智库而言,真正有价值的思想不是来源于书本,更不是靠灵机一动或灵光一闪,而是从实践中来,要靠脚踏实地地调查研究,加之对现有思想的提炼才能产生新的、有价值的思想。因此,做为智库,要想切实解决问题,拿出新的思路、提出新的观点、贡献思想智慧,就必须认真真地做调查研究工作。靠投机取巧、“网来网去”、闭门造车是不可能提出真正有价值的思想,也不可能对决策有所贡献,最终也不可能

建成真正的智库。认真做好调查研究、充分了解社情民意,是每一名社会科学工作者的基本功。这一点对于基础理论研究和应用对策研究都是适用的。

第四个问题: 努力增强智库影响力

播种春天,收获希望。智库的春天来了,但是,如果抓不住机遇,将“望春空叹”。目前,智库之间的“战争”可谓“烽火三国,狼烟四起”,竞争十分激烈。据《2013 年全球智库发展报告》统计,截至 2013 年底全球各类比较活跃的智库有 6826 家,其中美国 1828 家,中国有 426 家,英国 268 家,分居全球前三位。2014 年 1 月,上海社会科学院智库研究中心首发《中国智库报告》影响力排名。其中,列地方社科院系统影响力前 5 名的分别为上海社会科学院、北京市社会科学院、广东省社会科学院、江苏省社会科学院和江西省社会科学院。

智库影响力分为决策影响力、学术影响力、媒体影响力、公众影响力、国际影响力等方面。一方面,我们要围绕学科体系、学术观点、科研方法等三个方面进行创新,改革现行科研管理体制机制,提升能力,练好内功。另一方面,要系统思考如何将“智库”做强、做亮、做响,切实担当起“决策方案的建言者、政策效果的评估者、社会舆论的引导者”的重任,真正发挥智库作用,让决策者“相信”,让民众“信服”。

一是更加重视选题策划。主要围绕经济社会发展 and 改革开放中全局性、综合性、战略性、长期性、前瞻性问题以及热点、难点问题开展研究,在关键时刻、重要节点为党委政府提供影响重大的政策研究和决策咨询意见。选题要有前瞻性,我们的研究要打“提前量”,党委政府需要我们提供决策参考时,立即能拿出解决方案,而不是事事皆由领导“出题”,我们被动地“答题”,习惯作“马后炮”、“事后诸葛亮”。绝不能将“智库”建设成“纸库”,变成“废纸生产厂”。选题策划的前提是对国情省情的深刻把握,要多下基层走走,真正深入生活、扎根人民,多读读《人民日报》、《求是》杂志,多看看《新闻联播》、《政府工作报告》、《统计年鉴》。

二是更加重视成果推介。思想库的研究成果一旦引起大众传媒的注意,就会引起全社会和决策者的注意,形成强大的舆论力量。借助公共舆论,对决策者施加影响,是美国智库影响决策的手段之一。每年,美国众多智库都出版大量专著、期刊、研究报告、背景分析、简报,其中《外交政策》、《布鲁金斯评论》等智库刊物几乎是政界人士的必读资料。除此之外,来自智库的学者还会在主流媒体上,接受采访、发表评论,通过影响公众舆论,间接影响决策者。美国智库用在传播上的花费的确不菲。有数据显示,传统基金会用于信息传播的费用,年均 600 万美元左右,布鲁金斯学会 2007 年推销研究成果的花销也达到 400 万美元。我们要树立品牌意识,加强“智库”品牌的传播和推广;建立强有力的研究成果推销机制,提高市场营销能力。

三是更加重视对外开放。智库发展不能自说自话,自我评价,必须展开合作,拓宽视野,取长补短,走出“象牙塔困境”。要根据研究方向与研究内容,通过与全球有影响力的智库开展合作,构建全球研究网络,提升智库的研究层次,不断提升研究能力和国际知名度。要定期举办高层次的全球智库研讨会,邀请国外著名研究人员来访,就智库自身建设以及国内外热点问题进行深入讨论和合作研究。要积极筹建“智库联盟”,加强资源统筹整合。要为非官方智库提供沟通平台和渠道,便于民间智库参与决策咨询,汇集民间智库意见和建议。(本文是李后强教授 2015 年 1 月 27 日在四川省社会科学院 2014 年度工作会议上的讲话摘要)



重庆茂田控股集团 董事长游兴茂获选 “2014 重庆民营经济十大年度人物”

■ 娄红淑

2015 年 2 月 1 日,“富民兴渝新力量——2014 重庆民营经济十大年度人物”颁奖盛典在重庆渝澳国际艺术中心举行,公司董事长游兴茂成功当选并参加颁奖典礼。

“2014 重庆民营经济十大年度人物”是由中国新闻社重庆分社主办的年度盛典,以盘点重庆年度经济人物为线索,梳理重庆经济的脉络,感受重庆经济的脉搏。

回顾过去的一年,在国内经济周期性下行压力加大的背景下,2014 年重庆经济增长在国内仍然保持相对较高的水平。在严峻复杂的经济形势下保持良性高速增长,重庆民营经济功不可没。走过这段三百多个日夜星辰堆砌的路,企业家们有披荆斩棘的艰辛,也有品尝胜利的喜悦,但总归,这一年收获匪浅。过去的一年,在整体发展态势趋于上扬的情况下,一些耀眼的“明星”得以不断涌现。荣获本次年度十大人物之一的茂田控股集团有限公司董事长游兴茂身先士卒,带领着茂田控股为重庆经济做出了卓尔不凡的贡献。

“2014 年是茂田控股集团有限公司发展变化最大的一年,也是公司改革创新全面发展的元年,各项事业都取得了突飞猛进的进步,为茂田未来的发展奠定了坚实的基础。”茂田控股集团有限公司董事长游兴茂说。2014 年 6 月,茂田控股集团适时调整公司架构,明确公司战略方向,成立了以“八大集团中心,五大事业部”为核心的组织架构,形成了一家集地产开发、商业运营管理、能源开发、酒店经营、连锁便利店经营为一体的多元化大型民营企业,集团内各职能中心、事业部团队各司其职,通力合作,展现了良好的茂田风貌。

茂田地产,以创新为突破口,整合国内外众多知名合作伙伴优质资源,全力打造高端品质社区与商业模式,成就万千人居梦想及财富梦想,并着重以创意商业、高端养老地产引领地产发展,全力打造“茂田印象”系列产品,包括大足印象、铜梁印象,主城西政项目也在紧锣密鼓地布局规划中。

茂田商业,作为茂田核心推动力量,以“连锁经营,决胜终端”为核心理念,着力打造终端市场集群,通过对终端市场丰富资源整合,形成具有茂田特色的商业连锁经营链条,扩大区域覆盖面,并不断为客户开创全程服务。

茂田连锁经营,是以“小店大市场”为核心理念打造连锁便利店,为农民生产生活的方方面面提供整体解决方案,以渝东南农村市场为基础和起点,将茂号—“小店大市场”、“宅基店”、“村管家-圈文化”模式扩展到渝、鄂、湘、黔等市场区域,预计三年内建设网点 1000 家。在未来 3-5 年,快速发展成为中国最具特色的渠道运营商。

茂田酒店,以其优越的环境及贴心的服务,深受消费者的喜爱。未来将坚持以“文化驱动,掌控价值”为核心理念,以富有特色文化内涵为依托,以文化稀缺性定位为突破口,构建以音乐、历史、文化为主题的酒店经营格局。

茂田能源,年产水泥 300 万吨,是渝东南地区最大的水泥生产经营企业。目前,公司生产的产品广泛应用于公路、铁路、隧道、桥梁等重点市政工程建设,以及水利、电力、通讯等一大批国家重点基础设施项目,“国茂”牌水泥现已为各重点项目的首选品牌。

茂田集团以“发现价值,共享未来”为企业使命,在做大做强原有产业的同时跨界拓展新领域,2015 年正式启动石材项目,着力打造国际化优质石材集成服务第一品牌,通过整合大物流打通西部石材贸易进出口通道,并建立多个石材产业园和国际化加工、展示门户中心,在创造企业更大价值空间的同时回报社会更多经济效益。

茂田控股集团有限公司就为当地提供了 1500 多个就业岗位,同时带动了当地运输业的大力发展,预计在渝东南地区修建百座小型桥梁,解决当地老百姓出行不便的困难,累计向社会各界捐款捐物近 1500 万元。

展望未来,游兴茂充满了信心,他睿智的目光,已经投向了一个又一个更为广阔的市场;他前进的车轮,无不驰骋在广袤的商海疆场。在游兴茂身上,我们看到了一个民营企业家的气魄与胆识,看到他追求卓越、精益求精成就辉煌的理想!