战略参考

亟需加强对美智库公共外交

中美智库公共外交的核心内容是智库的思想创新与思想交流，根本目的是通过交流与对话，减少两国误解，塑造有利于中美新型大国关系构建与发展的国际舆论环境。中美智库公共外交要取得良好成效，还有待于中国特色新型智库建设的全面发展、智库思想创新能力的进一步提高以及智库公共外交意识与能力的提升。

□ 王莉丽

应美国总统奥巴马的邀请，中国国家主席习近平将于今年9月对美国进行国事访问。这次访问必将为中美新型大国关系的构建带来新的契机，也是中国加强全方位、多中心、多领域对美智库公共外交的有利时机。当前，中美两国关系整体态势不错，但是，美国对华舆论环境并不理想，主要影响因素就是美国智库。加强中美智库公共外交，通过影响美智库舆论从而影响并改变美对华舆论大环境，是当前中国智库界和公共外交界的重中之重。

智库舆论是形成美国对华舆论环境的主因

近年来，中美话语权权重的转变让美国智库界产生了焦虑，由此带来美智库界对中美关系的全面讨论与辩论。最近一年来，几乎所有具有舆论领袖地位的“中国通”们都对中美关系进行了分析、表达了观点，这其中不乏很多“唱衰中美关系”的消极声音。这不仅会影响到目前的中美关系和习近平主席访美，还将对下一届美国总统的对华政策产生重大影响。这场讨论中的各种消极声音与中美关系中的一些突出问题相叠加，形成了美对华舆论环境不佳的主因。

关于美国对华舆论的构成要素，按照社会学家约翰·加尔东的舆论分层理论，政府、智库、大众传媒、利益集团、普通公众是美对华舆论的主要构成要素。目前，政府层面对维护中美关系总体稳定比较积极，美国普通民众对中美关系关注并不多，对华舆论消极的声音主要集中在美国智库界和媒体界，而智库和媒体舆论也正是美国精英舆论的聚散地。就智库舆论而言，托马斯·戴伊曾指出，智库在政策制定过程中起决定性作用，是制定国家政策的中心协调机构和核心。在美国对华舆论的诸多要素之中，美国智库的“中国观”对政府乃至整个国际社会“中国观”的形成、发展和变化，具有非常重要甚至在一定意义上是决定性的影响。

在这样的大背景下，中美关系能否保持相对和谐的状态，在很大程度上取决于美国智库界能否对中国形成准确认知并做出有利于中美关系的政策判断。

智库公共外交的作用

所谓智库公共外交，具体而言，是指智库作为一种积极的公共外交行动主体，通过开展智库间的国际合作与人员交流，进行跨国议题的政策研究与国际会议、智库思想的国际传播等活动，利用人际传播、组织传播、大众传播等各种传播媒介与方式，智库及专家进行对话与沟通，从而影响两国公共政策制定和公众舆论。中美智库公共外交的核心内容是智库的思想创新与思想交流，根本目的是通过交流与对话，减少两国误解，塑造有利于中美新型大国关系构建与发展的国际舆论环境。

目前，智库公共外交在中美关系中的具体作用主要可分为四个方面。

加深中美之间的理解，减少误解与误判。与政府外交相比，智库公共外交的行动者主要是资深的政策研究专家，相比政府外交的行动主体——职业外交官们而言，智库之间人员的接触和交往相对较为容易，氛围也更为宽松，可以使双方在不受特定谈判指标限制的情况下，充分了解对方政策真正意图和深层次问题，进而为政府共同提出有建设性的意见和建议。

提供创新思想，为中美关系提供政策建议、设置政策框架。中美关系中频繁而畅通的智库公共外交，除了可以促进沟通与理解，还可以提供创新性和前瞻性的战略思想支持。以中美战略与经济对话以及中美人文交流高层磋商为例，每年召开之前，中美智库会通过各种渠道与方式进行沟通与交流，就中美之间可能探讨的议题和存在的问题进行深入分析，并把专家建议和相关信息提交给中美两国政府。

构建全球舆论传播网络，引导舆论走向。智库影响力的发挥主要是通过专家知识与舆论力量的充分结合。智库公共外交所进行的国际会议交流、人员互访、国际信息传播等活动，就是通过在国际话语空间提供创新思想从而把专家知识转化为舆论影响力。近年来，美国的大型智库纷纷开拓国际市场，尤其是中国市场，致力于通过各种传播媒介和策略影响国外公众舆论，在全球范围内传播本国政策理念和价值观。

搭建高层对话平台，影响舆论领袖。美国智库常常充当其他国家来访领导人或政要发表演讲的平台。之所以各国领导人都把美智库作为重要的对话平台，是基于美智库是知识精英、舆论精英和政治精英的汇聚地，在美国国内舆论场中处于舆论领袖地位。从这个意义上说，在重大外交政策问题上，可通过影响美智库进而影响美国政府和媒体、利益集团、普通公众，这往往能够起到事半功倍的效果。



加强对美涉华智库研究

目前中美智库公共外交存在很大逆差。美国智库的公共外交内容、形式、意识、能力、规模和影响力都处于领先地位。中美智库公共外交要取得良好成效，还有待于中国特色新型智库建设的全面发展、智库思想创新能力的进一步提高以及智库公共外交意识与能力的提升。

从长远来看，要培育一批具有国际影响力、思想创新能力和公共外交能力的智库，推进中美智库在政治、经济、文化、军事、外交等各个领域的全方位、多领域公共外交。短期而言，当前活跃在中美智库公共外交中的一批中国智库，需进一步加强思想创新能力和议程设置能力。智库公共外交的核心内容是创新的思想，中美智库公共外交的重点不在于我们交流的数量，而在于质量。比如，对于当前中美关系中出现的一系列美智库的政策建言，无论是唱衰中国的言论还是积极推进中美关系的声音，中国智库界要有能够与之对话的思想和声音。

美国智库的发展历经百年，在数量和影响力上都居全球首位，这就要求我国在中美智库公共外交要做到有的放矢、重点突破，需加强对美重要涉华智库的研究，了解其学者构成和研究动态。可把布鲁金斯学会、兰德公司、亚洲协会、卡内基国际和平基金会、国际战略研究中心等重要智库作为对美智库公共外交的突破口。一方面，对它们的涉华研究专家和研究观点进行跟踪研究，另一方面，在重大外交政策问题上，通过影响这些智库，进而影响美国政府和媒体、利益集团以及普通公众。

尊重新媒体传播规律，运用互联网思维进行中美智库公共外交。美国智库非常注重通过多元化的新媒体传播媒介构建智库公共外交的全球舆论传播网络。在这一点上，中国智库需加强自身的新媒体平台和传播能力建设。最基本的一点，需尽快投入力量和资源，建设好自身的中英文网站，使之不仅仅是一个传统媒体的网络版，而且是真正能与美国公众、全球公众进行沟通、互动的平台和通道。从长远看，政府需与高校合作，培养一批专业人才，既熟悉智库运作特性，又能够熟练运用新媒体信息传播和舆论引导的技巧。

（上接1版）

三是着力推动产业融合发展。顺应一、二、三产业融合发展的趋势，鼓励引导工业企业改变“大而全、小而全”的生产经营模式，推动工业上下游服务环节外包，提高生产性服务业的市场比重。借助移动互联网、云计算、大数据、物联网为代表的新一代信息技术，大力发展电子商务、互联网金融、远程技术支持等服务业新兴业态。支持生产性服务业区域性聚集，大力发展面向制造业、现代农业的信息技术服务、研发设计、技术转移、创业孵化、商务服务、现代物流等生产性服务业；着眼于消费需求升级趋势，积极发展旅游休闲、健康养老、文化体育等生活性服务业，促进服务业提速、比重提升。

发展现代特色农业，福建具有许多优势。传统农业的转型升级，出路在发展绿色农业、精细农业、特色农业，并加快与二产、三产融合发展。与二产融合，重点是延伸农业生产的产业链，促进农产品深加工，提高农产品附加值。与三产融合，重点是拓宽农产品的销售渠道，形成“批发市场+农户”“互联网+农产品营销”“定制农业”等新型产业化组织方式。着重培育一批技术含量高、发展前景好、竞争力和辐射力强的农业龙头企业，逐步建立起完善的农产品加工转化体系，实现种养加、产加销一体化。支持鼓励电子商务平台向农村发展，缩短农产品与消费者之间的流通环节，解决农产品卖难和规模化问题，增加农民收入。

四是着力推动企业技术、产品、营销、管理的全方位创新。在技术创新上，政府与企业要共同发力。企业要加大研发投入，加强先进适用技术开发应用，做好消化吸收和整合再创新，逐步实现从跟踪模仿创新向自主创新转变。政府要努力培育市场化的创新机制，在保护知识产权、维护市场公平、改善金融支持、深化激励机制等方面积极作为，构建具有区域产业特色自主创新体系。

在产品创新上，引导企业以需求为导向，树立“生产一代、试制一代、研发一代和构思一代”的产品生产理念，做到人无我有、人有我精、人精我新。重视产品的二次创新，引导企业以技术为支撑，提高研发设计水平，在技术、工艺、款式、性能、品种、品牌、包装等方面开展差异化竞争，提高非价格竞争力。

在营销创新上，引导企业进一步强化互联网思维和品牌运作思维。用“互联网思维”重新审视企业营销环节，运用大数据挖掘隐含的市场需求，了解消费者个性化爱好，创新商业模式，开展高效精准营销。鼓励传统企业和传统行业触网，发展电子商务模式，用好线上线下两种资源，实现资源要素的有效整合利用。大力实施名牌带动战略，打响“福建制造”品牌。

在管理创新上，引导企业家更加重视管理的科学化、精细化，主动对标国内外同行业管理先进水平，从企业战略规划、生产组织、技术开发、财务管理、市场营销到风险管理、售后服务等各个环节，形成一套完整的制度措施。特别要适应信息化时代企业管理扁平化趋势，推动企业生产运营管理的流程再造，最大限度向管理要效益。

加强组织领导，积极营造有利于产业转型升级的环境

记者：作为改革的有力推动者，您认为各级党委和政府将发挥怎样的作用，既保障企业在市场中的主体地位，又为企业推进产业转型升级营造良好的发展环境？

尤权：党委政府的作用主要体现在规划引领、政策保障、财税扶持、优化服务、人才支撑等方面。归纳起来，就是提供服务、营造环境。

一是加强谋划，做好总体设计。这次全会重点讨论了两份文件，即《关于进一步加快产业转型升级的若干意见》和《福建省实施〈中国制造2025〉行动计划》，同时还出台了两份配套文件，即《关于加快发展智能制造的九条措施》《关于大力推进大众创业万众创新的十条措施》。我们要求各市县党委政府要按照省委省政府的要求部署，认真分析、精心策划，全面梳理本地区产业发展的情况，包括产业发展的优势、薄弱环节、关键领域、空间潜力等，在此基础上，立足自身特点和区位优势，做好产业转型升级的统筹规划，进一步明晰产业转型升级的总体思路、目标任务、方向路径、工作重点和落实机制；同时，及早研究支持本地区产业转型升级的具体举措办法，排出一批重点行业企业，逐个制定转型升级的实施方案，切实做到心中有数、手中有策。

二是深化改革，激活市场主体活力。围绕构建良好的发展环境，坚持问题导向、突出重点、大胆创新，进一步加快转变政府职能，主动对接企业需求，对照与发达地区的差距，深化行政审批制度和投融资体制改革，积极探索外商投资准入前国民待遇加负面清单管理模式，协同推进简政放权、放管结合、优化服务。充分发挥福建自贸试验区示范效应，加快复制推广“一表申报、一口受理、一照一码”、企业名称自主选用等改革举措，放大制度创新效应，进一步促进投资和贸易便利化。顺应创业主体由小众、精英走向大众的新趋势，大力推进面向社会的众创空间等创业服务平台建设，为广大创业创新者提供良好的工作空间、网络空间、社交空间和资源共享空间，着力培养开放分享、宽容失败的创业文化，充分激发广大群众创业创新的活力。

三是强化保障，优化政策和人才支撑。落实研发投入加计扣除等税收鼓励政策，统筹整合现有各项扶持资金，重点投向智能制造、高端装备以及关键基础材料、核心基础零部件、先进基础工艺、产业技术基础等转型升级的关键领域。加大金融信贷支持，加快金融产品服务和产品创新，鼓励和支持进口先进技术、先进设备。鼓励银行业机构对重点领域的重大项目优先给予信贷支持。支持优势企业实施兼并重组，推动企业整合资源、做大做强。抓住国家大力发展资本市场机遇，着力解决企业上市过程中碰到的困难和问题，推动更多企业在境内外上市直接融资。

充分发挥企业在人才引进、培养、使用中的主体作用，加大专业技术人才、经营管理人才和技能人才的培养力度。加快高校布局结构调整，积极推进高等教育和现代职业教育改革创新发展，重点建设一批产业升级迫切需要的学科，加快构建全覆盖、差异化的职业培训体系，为生产、服务一线提供更多急需紧缺的专门技术人才和高技能人才。大力营造尊重人才、关心人才、爱护人才的良好氛围，着力解决好引进人才工作生活中遇到的问题。我们还要求福州、厦门、泉州等重点城市，要加快创办一两家与引进人才相配套的国际学校，提高对国际化人才的吸引力。

四是真抓实干，推动工作有效落实。省委要求广大党员干部特别是各级领导干部进一步增强责任感和使命感，自觉践行“三严三实”要求，把心思和精力更多地用在抓工作落实上。我们多次强调，领导干部不能怕与企业家打交道，只要是出以公心、不拿不占，就要大胆为企业发展服务，经常深入企业生产、项目建设一线调查研究，全面深入分析支柱产业、重点行业和龙头企业的发展情况，做到精准服务、有效施策。坚决整治不作为、慢作为、乱作为，懒政、庸政、怠政等问题，对工作上不作为不担当或能力不够的，因作风不实、推诿扯皮而损害投资环境的，坚决进行调整。加大效能监察和督促检查力度，促进转型升级各项工作落实到位、取得实效。

案件分析

用好互联网时代的长尾理论

□ 陈有勇 徐冉冉

1897年，意大利经济学家帕累托注意到19世纪英国人的财富和收益模式，他发现社会上20%的人竟然占有社会80%的财富。由于社会生活中存在诸多类似的现象，二八定律就成为这一现象的简称。二八定律后来又被称为帕累托法则、帕累托定律、最省力法则、不平衡原则等等。二八定律要求企业重视20%的顶端客户，因为这20%的客户可以给企业带来80%的收益。长尾理论正是对二八定律的颠覆，它要求企业重视80%的下层客户，因为这80%下层客户会逐渐成长为20%的顶层客户。产生这一颠覆的关键就在于随着互联网的普及，边缘化的下层民众消费需求逐渐引起众多企业的重视。普通民众的创造力和融资能力也获得了空前的解放，成就了今天发展迅速的众包和众筹的商业模式。处在互联网大潮中的企业需要顺势而为，善用互联网时代的长尾理论。

关注非主流的长尾消费需求

长尾理论告诉我们，任何时候都存在着一些在当时利润不高的长尾消费需求。企业，尤其是初创企业要瞄准暂时还是非主流的长尾消费需求，因为这个消费需求市场往往是被很多企业忽视或者不愿去占领的边缘市场。其实，很多企业的成功都是从一个不太起眼的边缘市场入手而一步步做大做强的。如果一个初创企业跟大企业进行正面的直接竞争，获胜的可能性很小。而如果从非主流的边缘市场入手，面临的市场竞争就小得多，甚至有可能获得大公司的帮助，从而得到飞速的发展。

关注非主流的长尾消费需求，可以发展出高端的消费群体，从淘宝中诞生的天猫商城就是应用这一理论的典范。2003年5月10日淘宝网上线，当很多人都不看好网购时马云却很坚持，开始只是抓住了会上网又想买便宜东西的人群。淘宝更厉害的地方在于时机成熟以后分离出了天猫商城，2011年6月，淘宝商城从淘宝网里分离出来。2012年1月，淘宝商城正式宣布更名为天猫商城。天猫商城承诺提供100%品质保证的商品，提供“7天无理由退货”“购物积分返现”等优质服务。2014年2月，天猫国际正式上线，为国内消费者直供海外原装进口商品。至此，天猫商城就成为从淘宝网脱胎而出的一个优质高端电商平台。其实很多高端用户是从淘宝上培养起来的，当年轻人经济不宽裕时就在淘宝上买东西；伴随着年龄的增长、经济条件的改善，他们就成为了天猫商城的用户。

现在的消费品需要粉丝，需要有忠实的用户。在高端市场已经相对饱和的情况下，企业要格外关注长尾消费市场。更为关键的是，要在长尾消费者中培养高端消费者，并及时跟进高端消费的需求。

众包：激活长尾的创新潜能

众包是美国《连线》杂志记者杰夫·豪在2006年发明的一个专业术语，是指组织利用互联网将工作分配出去，又通过互联网把人们的解决方案收集起来的方法。群众是最有创造力的，把群众的智慧汇聚起来可以产生巨大的力量。在前互联网时代，二八定律明显，只有少数人站在创造力的顶峰，成就出科技、艺术等领域的高峰。而在互联网时代，这种高峰逐渐被削平，变成相对平缓的山峦。每个人的智慧都可以通过互联网共享出来，更多的人才可以崭露头角。更重要的是，互联网让有才华的人聚合在一起而产生一种化合反应。他们的个人才智可能不足以取得巨大的成就，但互联网可以便捷地把他们的创意和劳动聚合在一起，从而化合出全新的成果。

维基百科就是使用众包的典范。维基百科创始人吉米·威尔士利用网络汇集知识精英，致力于打造一个开放、免费的网络百科全书。维基百科于2001年1月正式上线，截至2014年7月，它已经有了285种各自独立运作的语言版本，英文的维基百科就有超过400万个条目，总编辑次数超过12亿次，成为世界上规模最大、最为流行的网络工具书。然而维基百科没有一栋大的写字楼，没有大量的员工。维基百科词条的编辑工作基本上都是由志愿者完成的，这些志愿者来自不同国籍、不同种族、不同信仰的全球各地，他们有一个共同的名字——维基百科人，又简称为“维客”。

众筹：调动长尾的融资力量

众筹起源于美国的大众筹资网站Kickstarter，这个网站通过搭建网络平台面对公众筹资，让有创造力的人有机会获得他们所需要的资金，同时让有余钱的普通人有良好的投资渠道。众筹是在互联网上通过“团购+预购”的形式实现项目资金的筹集。相对于传统的融资方式，众筹更为开放。众筹打破了原有的筹资模式，一个人不必拥有巨额资金就可以成为投资人。一个项目只要获得众多网民的喜欢，就可以通过众筹获得项目的启动资金，从而为更多小本经营或有才华的创作者提供了无限的可能。

众筹已经进入每一个普通民众的视野，娱乐宝就是很多民众使用的一种特殊众筹平台。娱乐宝规定网民出资100元即可投资热门影视剧作品，预期年化收益高达7%，并有机会享受剧组探班、明星见面会等娱乐权益。娱乐宝平台上首期《小时代3》《小时代4》《狼图腾》《非法操作》四个项目总投资额为7300万元人民币。如今，娱乐宝已成为全球最大的C2B电影投资融资平台。

7月18日，央行等十部委发布的《关于促进互联网金融健康发展的指导意见》中指出，互联网与金融深度融合是大势所趋，将对金融产品、业务、组织和服务等方面产生更加深刻的影响。可以预见，众筹这种大众融资模式必将获得很大的发展。

善用互联网时代的长尾理论不是完全忽视二八定律，而是侧重于关注普通民众的消费需求、创新潜能和融资能力，让长尾的效能得到最大限度的发挥。