

编者按：一段时期以来，全国上下正在掀起建设中国特色新型智库的热潮。所谓中国特色新型智库，主要表现在从智囊走向智库、从单一政策研究功能向智库多功能转变、从单一主体向多元主体转变、从主要以经济政策研究为主的较为单一领域转向经济、政治、社会、外交、军事全方位多领域发展。

作为全球第二大经济体和第一大货物贸易国，中国对外经贸领域亟需新型智库。新成立的中国贸促会研究院以立足学术、服务政府、代言工商、构建贸易促进理论支撑体系、形成产学研互动格局为己任，积极推动贸易促进理论体系与方法创新。同时，研究院也将积极借助国际化交流平台，发出中国声音，传播中国观点，为提升中国在国际经贸领域的影响力作出更大贡献。

借鉴国际经验 打造中国特色新型智库

专访中国社科院世界历史研究所研究员侯艾君

■ 本报记者 栾鹤

谋划贸易促进的智力支撑

——专访中国贸促会研究院筹建负责人晏礼兵

■ 本报记者 李红阳

新年伊始，中国贸促会机构序列里又增添了一位新成员——中国贸促会研究院正式成立。贸促会党组十分重视贸易促进研究工作，认为“设立研究院是贸促会的一件大事，是贸促会适应国内外形势、服务国家外贸战略的需要，也是贸促会放大功能作用、实现业务转型升级的需要。”

中国贸促会专商所是研究院的“孵化器”，为研究院的筹建做了大量工作。日前，记者采访了专商所副所长、研究院筹建负责人晏礼兵，请他介绍研究院的业务方向与发展规划。

围绕贸促会核心业务 开展课题研究

当前，贸促会处于改革发展的关键时期，原

从世界历史发展经验看，智库对促进国家的发展能发挥独特的智囊作用，特别是在国家崛起或转型升级的关键时期。未来，智库将会越来越深刻地影响全球政治、经济决策机制和运行方式。日前，本报记者就如何借鉴国际经验、建设中国特色新型智库等问题采访了中国社科院世界历史研究所研究员侯艾君博士。

记者：据《全球智库报告2014》数据，中国已经成为智库数量仅次于美国的“智库大国”，而在最重要的“全球智库150强榜单”中，却仅有7家中国智库入围，多而不强。美国布鲁金斯学会等国际一流智库有哪些成功的发展经验值得借鉴？

侯艾君：当前，中国经济进入新常态，国际国内形势瞬息万变，仅仅依靠传统的“师爷式”的点子咨询，抑或依靠“历史经验”进行决策，都难以应对错综复杂的局面。尤其是在中国迅速崛起并在国际治理中日益发挥重要作用的当下，向世界传达中国立场，发出中国声音，责任重大，意义深远，建设中国特色新型智库时不我待。

“影响力”是智库得以持续发展的动力。美国布鲁金斯学会之所以能够在全球智库排名中位居榜首，在很大程度上离不开其高水平研究成果，但其研究成果的扩散方式也值得借鉴。布鲁金斯学会通常采取三种传播方式：一是采取人际传播方式，即在传播思想过程中主要依靠个人关系网；二是采用组织传播方式，亦即就热点外交政策问题举办大型公开论坛，邀请专家讨论，发布研究成果；三是采取大众传媒方式推广成果。在多数情况下，三种传播方式同时采用，互为补充，相辅相成。

记者：国际智库发展趋势如何？中国特色新型智库应具备哪些功能？

侯艾君：目前，智库全球化理念逐步加强，开始从对国别问题的关注转移到对全球化问题、全球共同治理等重大议题的关注上来。同时，许多国际智库开始“拆围墙”，采取开放政策，通过开展合作与研究、召开国际会议等方式，建立广泛的国际合作网络，对全球性热点难点问题阐明立场、提出主张、施加影响。

建设中国特色新型智库需要借鉴国际智库发展经验，密切关注全球智库发展趋势，同时塑造自身特色与独特优势。一般而言，中国特色新型智库应具备咨政、启民、伐谋、孕才四项功能。咨政，是指要充分介入政策制定全过程，包括前端调研、意见征集、方案设计等，中期通过内参、研究报告等形式建言，后期参与评估、完善及应对社会舆论；启民，是指要在政府决策层与社会舆论之间起到矛盾化解与协商沟通的渠道作用，以适应诉求多元化的舆论环境；伐谋，是指在国际事务中提升话语权、增强软实力，可以通过举办国际高峰论坛、发布具有国际影响力的研究报告等，扩大中国思想的影响力；孕才，是指新型智库应当担负起培育、储存高端人才的重任，为国家提供高端人才储备。

记者：新型智库在发展模式上应如何借鉴国际经验？

侯艾君：发达国家智库发展起步早，不少经验值得我们学习借鉴。比如，中国智库建设可借鉴国外智库“旋转门”机制，使智库成员与政府官员之间以多种方式进行身份互换，以增强智库决策研究和咨询服务的实效性，解决智库闭门造车、重复研究等问题。日本的“派出研究员”制度值得参考，即政府、大学、企业、研究所向智库派出研究员进行交流，工作两三年再返回原来单位。

再比如，中国的智库建设不仅要注重“智”，积极培养、引进和储备人才，更要突出“库”的一面，不仅要满足各类服务对象的要求，更要超前于服务对象的要求，提前在人才、信息和成果等储备方面投入力量，形成大容量的智慧产品“仓库”，为发挥好政府的“外脑”作用备足资源。在这方面，韩国经验值得借鉴。在韩国经济崛起年代以及当今经济转型时期，韩国发展研究院(KDI)在超前性研究上进行了大量投入，在帮助韩国政府及时应对亚洲金融危机、国际金融危机等方面发挥了重要作用。

我国服务进出口额力争到2020年超过1万亿美元

国务院副总理汪洋近日在北京主持国务院服务贸易发展部际联席会议第一次全体会议上强调，加快发展服务贸易是促进外贸转型升级的重要支撑，是推进供给侧结构性改革的重要抓手，是大众创业、万众创新的重要载体。要认真落实党中央、国务院的决策部署，围绕“扩规模、优结构、增动力、强基础”的主线，夯实服务贸易工作基础，健全服务贸易促进体系，推动服务贸易加快发展。

汪洋指出，“十二五”期间，我国服务贸易快速发展，贸易额年均增长14.5%，规模跃居世界第2位。但服务贸易国际竞争力还不强，仍是对外贸易的“短板”。要进一步提升服务贸易战略地位，着力扩大服务贸易规模，提升服务出口能力，力争到2020年服务进出口额超过1万亿美元。

中新社 俞方平 摄

圆珠笔之问：小小球珠考问“中国制造”

■ 李萌 商意盈

3000多家制笔企业、20余万从业人口、年产圆珠笔400多亿支……中国已经成为当之无愧的制笔大国，但一连串值得骄傲的数字背后，却是核心技术和材料高度依赖进口、劣质假冒产品泛滥的尴尬局面，大量的圆珠笔笔头的球珠却需要进口。

作为世界制造业大国，为何中国却无法实现一个小小零件的完全自主研发和生产？“圆珠笔之问”更是“中国制造业之问”。

内力不足终致制笔困局

圆珠笔由于易于携带、方便耐用，被广泛应用于生产、生活中。据中国制笔协会介绍，包括笔芯在内，中国圆珠笔产量已达到400多亿支。

“从数量上来看，我们是当之无愧的制笔大国，但还不是制笔强国。”中国制笔协会名誉副理事长陈三元说，圆珠笔头的生产对加工的

精度、材料的选择上都有很高的要求。笔头上不仅有小小球珠，里面还有5条引导墨水的沟槽，加工精度都要达到千分之一毫米的数量级。

有关专家表示，每一个小小的偏差都会影响笔头书写的流畅度和使用寿命，笔尖的开口厚度不到0.1毫米，还要考虑到书写角度和压力、球珠与笔头、墨水沟槽位必须搭配得“天衣无缝”，加工误差不能超过0.003毫米。

浙江光华文化用品有限公司董事长丁樟荣表示，公司曾经研发出一款新笔，“当时刚出来的时候净利润0.68元一支，非常受市场欢迎。但一夜之间，40多家企业都开始生产一模一样的笔，利润一下子降到了每支0.4元。”

制笔行业专家和企业负责人普遍认为，生产一个小小的圆珠笔头的球珠长期依赖进口，并不是因为这个技术有多难，而是没有足够的动力去研究。



“相对于钢铁产业，制笔是个体量很小的行业。比如，一家钢铁厂一天的产量，可能就能够制笔行业消化一年。”陈三元说，对钢厂而言，这点利润微不足道，它没有动力去搞研发生产，制笔企业也没有足够力量，因而依赖进口。

科技创新打破进口依赖困局

据中国制笔协会介绍，2010年年底，国家有关部门专门组织了调研，并于2011年启动了“制笔行业关键材料及制备技术研发与产业化”项目，国家拨款近6000万元支持相关科研机构、企业针对中心墨水制造、笔头不锈钢线材、加工设备开展科技攻关。

经过不懈努力，项目于2015年通过“十二五”国家科技支撑计划验收，实现了一系列技术突破。长期以来，困扰中国制笔行业的进口依赖困局，开始被逐渐扭转。

院将根据实际调研，研究不同行业、不同规模的企业需求，并上升为中国企业的整体诉求，供世界主要贸易机构和贸易组织制定国际经贸规则参考，从而不断提升中国参与全球经济治理和国际规则制定的话语权。“在国际贸易规则的制定中，我们要什么，必须先从实践和理论两方面研究出来，而不是由政府去想出来。”他说。

目前，中国国际商会有5.2万家会员企业。研究院将考虑建立数据库，在国际贸易、投资、国际市场等方面，为广大工商企业提供独有的数据支持，填补目前研究机构和智库的空白。

为各级政府或企业委托的经贸课题 提供专业研究服务

据晏礼兵介绍，各级地方政府、区域内的大企业也是研究院的服务对象。各地、各行业在外经贸发展中都希望开展国际产能合作，拓展发展空间。各地发展战略不同，研究院可以有针对性地开展研究，为各级政府、相关行业、重点企业的发展规划和发展战略提供专业研究和智力支持。

比如企业在国际贸易与投资中遇到的一些问题，需要求解，可以通过一对一委托的方式，由研究院做专题研究，为企业在贸易投资中调整发展战略提供顾问式的指导。另外，对于很多企业反映的共同诉求，研究院可以形成一个课题，从服务整个行业的角度入手，做一些公益性的研究。

谈到未来发展，晏礼兵表示，研究院将大胆进行思想创新、体制机制创新、发展模式创新，积极引进和培养高端人才，形成一流的人才队伍，发挥专业人才的作用。同时，积极探索具有中国特色的新型国际经贸类智库建设，立足学术，服务政府，代言工商，构建贸易投资促进理论支撑体系，形成产学研互动格局；加强与国内外同类研究机构和智库的定期交流，密切开展合作，积极推动贸易促进理论体系与方法创新，为提升中国在国际经贸领域的话语权与影响力作出贡献。

驻外经贸信息

澳对华羔羊肉出口锐减两成 美国中东需求上升

澳大利亚农业及水力资源部最新发布的羔羊肉出口数据显示，受中国、欧盟和日本市场需求量下降的影响，2015年澳大利亚羔羊肉出口量整体有所下滑，较2014年微幅下滑1%至233999吨。澳大利亚肉畜协会预计，鉴于未来澳羔羊肉产量或将缩减，2016年出口量仍将继续下滑。

据媒体报道，2015年，澳大利亚对中国羔羊肉出口同比下滑19%，降至31326吨。去年中国国内羔羊肉库存量持续偏高，是导致澳对华羔羊肉贸易降温的直接原因。除此之外，中国国内羔羊肉价格相对较低、新鲜度较高是导致中国消费者选择国产羔羊肉的最关键原因。

2015年，澳大利亚对中东市场羔羊肉出口量为68255吨，较2014年和近5年平均水平分别增长6%和38%。市场需求持续强劲、中东人口总量攀升、新西兰羊肉出口量缩减等因素是导致中东市场澳羔羊肉进口量增加的主要原因。

澳大利亚对美国羔羊肉出口量同比上涨8%，达到49904吨，创澳对美羔羊肉贸易史上最高记录。美澳贸易合作关系持续保持强劲、美国市场以羔羊肉为日常主食的移民数量快速增加、新型快餐文化不断普及等因素在推升美国市场羔羊肉进口量方面发挥关键作用。

澳肉畜协会表示，未来羔羊肉产量预计将有所下降，2016年澳大利亚羔羊肉出口量或将继续下滑。据此前报告，2016年旱季过后全国羔羊屠宰量将略微下滑3.4%至2150万头，羔羊肉产量降幅将微幅下滑2.2%至482000吨。2016年澳元汇率预计将继续维持在较低水平，这将利好澳大利亚羔羊肉出口贸易，并有助于确保羔羊肉价格继续保持高位。

必和必拓力拓或卖股票 收购矿业资产

美国银行分析师称，必和必拓和力拓或将出售价值达210亿美元(297亿澳元)的股票，以收购陷入困境的行业竞争对手的资产。

以费尔克拉夫为首的分析师在致客户的报告中称：“诸如必和必拓和力拓这样的蓝筹公司将考虑筹集资金以收购陷入困境的一级资产。”“我们认为现在正是最佳时机。”

分析师称必和必拓可能筹集154亿美元，而力拓可能筹集57亿美元，以减少公司对债务的依赖。

追踪80家全球矿业上市公司股票的彭博全球矿业指数近期下跌至7年来的最低点。中国市场需求放缓以及铜和铁矿石等产品供应过剩给矿企带来了打击，迫使很多公司取消股息并出售资产。必和必拓和力拓规模较小的竞争对手诸如嘉能可和麦克莫兰铜金矿公司已经开始出售股票，以改善财务状况。

Flight Centre与虎航合作 力推廉航订票

澳大利亚本土最大旅行社Flight Centre与廉价航空公司虎航澳大利亚(Tigerair Australia)达成了首份合作协议，以期更好地对抗Webjet等竞争对手。

Flight Centre此前已与酷航、亚航X签订了协议。而在新合约下，该公司将能享受到虎航一整套的国内航班及3月开通的巴厘岛航班。客户还可通过该公司预订虎航的额外服务。

Flight Centre去年8月声称会增加更多廉价航空公司的航班以确保抓住更多客户。该公司承认，它因为没有提供廉价机票的预订，已经损失了一些市场份额。

Flight Centre首席执行官纳特表示，与虎航的交易是这一承诺的组成部分。虎航首席执行官夏普表示，该公司将为Flight Centre全国1500家零售及商务游门店的客户提供机票。

就交易额而言，Flight Centre目前仅有3%至4%的业务是通过在线预订的。不过，该公司已显现出寻求通过两笔收购来提高这方面比例的迹象。

Flight Centre已斥资2800万美元收购了美国Student Universe.com旗下的公司，如果今年能达到一定的盈利，还将支付额外费用。此外，该公司买下了BYOjet.com 70%的股份。后者是新兴在线旅行社，能提供直接从低成本航空公司获得的大量机票。

(来源：中国贸促会驻澳大利亚代表处)