

“新型智库”特别策划(二)

# 智库国际传播与对外话语体系构建

王 眉<sup>1,2,3</sup>

(1.中国社会科学院 美国研究所,北京 100720; 2.中国外文局 对外传播研究中心,北京 100037;  
3.中国文化走出去协同创新中心,北京 100089)

**摘 要:** 智库是国际传播的理论支撑和对外话语体系的基础,能够提供丰富的舆论储备并影响人们怎么想怎么说。与西方国家智库相比,目前中国智库数量不少,但具有国际影响力的屈指可数,国际传播能力和全球话语引领能力亟待提升。主要存在两方面问题:一是内容生产方面缺乏引领性概念和源发性观点;二是传播渠道方面不善于在国际上推销研究成果。因此,建议智库研究贴近现实需求,拓宽研究视野;树立国际传播观念,拓展传播渠道。

**关键词:** 新型智库;国际传播;对外话语体系;中华文化走出去

**中图分类号:** C93      **文献标识码:** A      **文章编号:** 1005-9245(2015)06-0094-07

在过去一段时间,我们说到提升国际传播能力似乎只是媒体的事,智库作为舆论产生的重要源头,其作用没有得到应有的重视。2013年4月,习近平总书记首次提出建设“中国特色新型智库”的目标。2013年11月召开的十八届三中全会审议通过的《中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定》明确提出,应“加强中国特色新型智库建设”。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》(以下简称《意见》)。《意见》指出:“中国特色新型智库是国家软实力的重要组成部分。一个大国的发展进程,既是经济等硬实力提高的进程,也是思想文化等软实力提高的进程。智库是国家软实力的重要载体,越来越成为国际竞争力的重要因素,在对外交

往中发挥着不可替代的作用。树立社会主义中国的良好形象,推动中华文化和当代中国价值观念走向世界,在国际舞台上发出中国声音,迫切需要发挥中国特色新型智库在公共外交和文化互鉴中的重要作用,不断增强我国的国际影响力和国际话语权”<sup>①</sup>。智库作为国际传播与对外话语体系构建中的重要一环,其作用得到应有的承认。但如何发挥我国智库的作用,使其成为全球话语的参与者乃至引领者,目前还处于探索阶段。

## 一、智库在国际传播与对外话语体系构建中的作用

具体来说,智库在国际传播与对外话语体系构建中的作用体现在以下几个方面:

收稿日期: 2015-04-28

基金项目: 本文系中国博士后科学基金面上资助项目(2014M561144)、国家社科基金重点项目(13AXW009)的阶段性成果。

作者简介: 王眉,中国社会科学院美国研究所博士后,中国外文局对外传播研究中心副研究员,中国文化走出去协同创新中心研究员。

### (一) 智库是国际传播背后的理论支撑和对外话语体系的基础

国际传播的主体包括政府、媒体、智库、组织、企业、个人等,他们传播的内容,即政府的决策和国家领导人的讲话,媒体、组织、企业和个人的观点,等等,源头大多在智库及其背后的专家、学者和思想家。没有智库及其背后的专家、学者和思想家支撑,国际传播和对外话语体系构建只能是无源之水。

新加坡国立大学东亚研究所所长、中国问题专家郑永年说:“中国的外宣想把好的方面介绍给西方,但效果不好,问题主要在于没有自己的话语,借用别人的话又说不清楚。作为技术层面的外宣,现在经常忙于救火,比较被动,就是因为中国目前缺少一整套理论把自己说清楚。西方的对外宣传有很多理论在背后支撑,而且西方的整个体制和系统都在支撑外宣。中国的外宣缺少知识体系的支撑”<sup>②</sup>。作为产生思想的源头,智库就是国际传播背后的理论支撑,是对外话语体系的基础,这也是中国目前比较缺乏的一环。“中国也缺乏有影响力的智库将国家形象传播出去,海外主流媒体上很少听到中国智库的声音。在国际事务中中国的议程设置能力和话语权弱小,难以与活跃在全球政治经济社会诸多方面的西方智库相匹敌。”<sup>③</sup>这样的结果使我们长期以来忙于对一个接一个所谓的国际议程作出被动的回应。

### (二) 智库提供丰富的舆论储备,能够影响人们怎么想

20世纪70年代,美国传播学者马克斯韦尔·麦库姆斯(Maxwell McCombs)和唐纳德·肖(Donald Shaw)在前人基础上,提出了议程设置理论(The Agenda-setting Function)。他们通过对1968年美国总统选举期间媒体的选举报道对选民的影响所作的一项实证研究发现,新闻媒体对于公众舆论具有强大的议程设置能力:如果大众媒体突出报道某些议题,这些议题就会成为受众重点关注的对象<sup>④</sup>。麦库姆斯和肖提出的议程设置理论至今仍然适用于媒体。该理论认为大众传播往往不能决定人们对某一事件或意见的具体看法,但可以通过提供信息和安排相关的议

题来有效地左右人们关注哪些事实和意见及他们谈论的先后顺序。大众传播可能无法影响人们怎么想,却可以影响人们想什么。

媒体的一般性消息报道往往通过自己的记者采访来完成,当要表达观点时,限于记者的专业局限,则往往需要采访该领域的专家学者,引用专家学者的话,或者邀请专家学者撰稿。特别是针对某一特定领域的话题,记者往往不可能深入研究,而专家学者由于长期跟踪和研究,能够在短时间内提出自己的观点。更重要的是,相比于高校,智库的研究不是纯学术性质的,而是贴近当前政策导向、针对性和现实意义较强的研究,与政府、媒体和大众关注的现实话题更加贴近。因此,当突发性事件发生时,能够提供丰富的舆论储备的智库,通常是媒体的首选,在影响人们怎么想方面发挥的作用巨大。

目前,中国开始掀起一股“智库热”。但是,我国智库在国际上的影响力还很小,与中国国力不相匹配。2015年1月22日,美国宾夕法尼亚大学“智库与公民社会”项目(TTCSP)发布其2014年度《全球智库报告》,这是该项目自2007年起连续发布的第8次年度报告,其负责人为美国知名智库研究专家詹姆斯·麦甘博士。《全球智库报告》除了分析各地区智库发展动态、特点和趋势之外,还发布本年度各国智库数量和智库影响力排名。根据该报告,2014年全球共有6681家智库,其中美国1830家,仍居世界之首。中国以429家位列第二。以综合影响力看,全球前10名顶级智库中,有6个是美国智库。本年度设有49项排名类别,其中,中国在“全球前150强”中有7家智库入选,在“中印日韩四国前50强”中有15家上榜<sup>⑤</sup>。

虽然,一些国内学者质疑此报告的权威性,但目前,该报告仍然是世界上最为认可的智库排名表(这其实也是美国掌握国际话语权的一种体现)。而且,不可否认的是,中国的智库影响力与西方发达国家智库还存在很大差距。因此,分析中国智库与西方发达国家智库的差距,研究借鉴西方发达国家智库在国际传播和构建对外话语体系方面的有益经验,将会给中国智库提升国际传播能力、构建对外话语体系提供一些有益的参考和启示。

## 二、西方智库国际传播与对外话语体系构建的经验

近年来,一些西方知名智库已经不再满足于对本国政府决策和舆论产生影响,更加重视国际传播和对外话语体系构建,谋求国际影响力和国际话语权。

### (一)研究选题注重全球视野,设定国际议程

毋庸置疑,西方智库的研究都是站在维护本国利益的立场上。但是,随着全球化浪潮的进程加快,国际形势越来越错综复杂,智库的研究选题也很少能够只局限于本国,而是更加关注与本国国家利益密切相关的全球性问题的研究。除了传统的外交、军事等项目,一些事关全人类共同命运的全球性研究议题,如能源、环境保护、全球气候变化、可持续发展、消除贫困等正在成为西方智库研究的新热点。

有“全球第一智库”之称的美国布鲁金斯学会原本是一家主要关注美国的智囊,但从布鲁金斯学会网站列出的当前正在研究的项目可以看出,它的研究选题涵盖了外交政策、经济、发展、治理和城市政策等各个方面的全球性问题,涉及区域也不局限于美国,亚太、欧洲、拉丁美洲、中东、非洲、俄罗斯等都是它研究的热点区域。布鲁金斯学会约翰·桑顿中国中心主任李成(之前任研究主任)在谈到布鲁金斯学会在中国问题研究方面的优势时说,“我们的研究必须脱离美中关系的局限,要有全球的关怀和视野,为全球服务”<sup>⑥</sup>。兰德公司的研究领域包括:儿童与家庭、教育与艺术、能源与环境、健康与卫生保健、基础设施与交通、国际事务、法律与商业、国家安全、人口与老龄化、公共安全、科技、恐怖主义与国土安全。覆盖地域和布鲁金斯相似。

当然,西方智库研究的全球性问题是有所选择、有策略的。比如,前几年中东是美国智库研究最关注的区域,这和当时中东出现局势变化有关,但更重要的是美国出于国家利益的考虑,希望利用中东国家出现的问题,加强美国在该地区的经济和战略利益。西方智库对中国选题的关注是出于以下考虑:中国的

崛起可能导致世界格局和利益的变化。特别是最近几年,美国智库对南海问题格外关注,主要是因为涉及美国利益。而热衷于对中国政治、伊朗政治、俄罗斯政治、阿拉伯国家政治改革等的研究,则反映出西方国家一直关注它们认为与其价值观不同的国家,并希望发挥其在民主和价值观上的影响力。

由于西方国家的智库研究选题具有全球性,它们讨论的话题、设置的议程、提出的观点,通过各种渠道传播而产生了巨大的国际影响力。

### (二)打造专业高端刊物推销成果,影响决策者和意见领袖

西方国家智库视其社会影响力的大小为生命线,而影响力大小在一定程度上取决于产品宣传和成果推广,他们绝不会将研究成果束之高阁,而是努力推销。推销的途径有很多,包括:承担政府委托的课题,直接向委托人提出自己的对策建议;发表专题研究报告和著作;举办高层次的论坛和演讲活动;定期出版刊物,借助媒体宣传政策主张;出席国会听证会,等等。这些途径中尤其具有国际影响力的当属智库出版的刊物,例如,战略与国际问题研究中心的《华盛顿季刊》、布鲁金斯学会的《布鲁金斯评论》、卡内基国际和平研究院(原称卡内基国际和平基金会)的《外交政策》、传统基金会的《政策评论》、尼克松中心的《国家利益》季刊等。这些刊物均为非大众刊物,专业性较强,作者主要是政府官员和知名学者,面向的读者也很高端,多为各个政府部门的决策者和各个领域的意见领袖,同时也被其他国家和地区的决策者、意见领袖和媒体关注。

以美国外交关系委员会的《外交》为例。《外交》自1922年创刊以来,已经成为美国对外事务的喉舌。《外交》是一个带有学术色彩的外交事务论坛,经常登载政府官员和著名学者关于国际问题的评论和政策建议,这些建议通过《外交》这个媒介平台被刊发后,经常产生巨大影响,进而被政策制定者采纳。乔治·凯南遏制苏联的战略构想、塞缪尔·亨廷顿的“文明的冲突”、佐利克将中国定位为“利益攸关方”、“中美G2模式”等最早都是在《外交》中提

出来的,产生了巨大的国际影响力。

### (三)重视大众传播,将成果转化为影响国际舆论的资源

除了通过高端刊物影响决策者和意见领袖外,西方主要国家智库还非常重视面向大众的传播,这也是直接影响国际舆论的重要渠道。

西方主要国家几乎每个大型智库都设立了专门的公关部,负责与全世界各大媒体的沟通和联络。有些智库甚至设立了全天24小时开通的“媒体热线”。比如,美国外交关系委员会除去传统的各个项目小组和学术审核委员会,还有专门负责学术编辑、出版以及与媒体沟通的三个部门。而诸如《时代》《新闻周刊》《大西洋月刊》《福布斯》等媒体都是外交关系委员会的长期会员。

西方知名智库鼓励研究人员借助大众媒体,发表对国际问题的看法,引发公众关注,形成国际舆论,从而间接影响政府决策。相比媒体,智库长期跟踪研究某一领域,对该领域更有发言权。尤其是每当某一国际问题出现新变化或有新的热点事件发生时,那些长期跟踪研究相关问题的智库研究人员即成为媒体竞相采访的对象,他们的研究成果和观点通过大众媒体传播出去,转化为影响国际舆论的资源,能够产生巨大的影响力。

此外,西方主要国家智库还非常重视新媒体传播,几乎每个有影响的智库都有自己的网站,他们依靠这个平台宣传新思想、新观点,营造氛围,从而对公共政策施加独特的影响。比如,在布鲁金斯学会的网站上,用户不仅能看到文章、图片和视频并通过 Twitter、Facebook、LinkedIn、Google+、Reddit 等社交媒体分享,还提供购买智库成果电子书的亚马逊等平台的链接。

### (四)通过国际论坛交流观点,形成主导性意见

西方知名智库经常举办各类专题会议,邀请国内外的政府高官和著名专家学者到会发表演讲,交流思想观点。这些智库举办的国际论坛一般是介于官方外交(“第一轨道”)与纯民间交流(“第三轨道”)之间的“第二轨道”。有些是“一轨半”的性质,即既有官方背景,也有非官方的学者背景,这样官

方就可以倾听学者的意见,学者可以了解官方的意见,而他们所说的并不代表任何法律性的结论。但是,出席的官员和学者都会有意识地通过非完全官方平台发表自己的看法,希望形成“利己”的主导性意见和建议,来影响本国或他国政府的决策和舆论。

如每年在新加坡举行的“香格里拉对话”(正式名称为“亚洲安全会议”),虽然讨论的是亚洲问题,却是由英国伦敦国际战略研究所发起、英美智库联手合作的产物。至2015年,“香格里拉对话”已经连续举办14次,规模和影响日益扩大,已成为亚太地区开展防务外交的重要平台,同时也是亚太地区目前唯一能将各国防务部门高官聚集在一起讨论防务问题和区域安全合作问题的机制。英国、美国等西方国家和众多亚太国家对“香格里拉对话”予以高度重视,大多派出国防部长或副部长参会。

### (五)实施本土化策略,向对象国输出政策主张

为了确立自身对全球性国际问题的发言权和影响力,西方国家的智库纷纷在对象国实施本土化策略,通过与对象国的研究机构合作设立分支机构,与对象国的研究人员合作开展研究,资助对象国学者开展研究,设立对象国语言网站等方式,积极向其他国家输出他们的学者、政策主张及管理模式,力求使自己的研究成果能够直接影响对象国的决策和舆论。

美国一系列举足轻重的智库不断在全球尤其是在亚洲扩张。早在1993年,卡内基国际和平研究院就成立了卡内基莫斯科中心,成员几乎全部都是俄罗斯人。2010年4月,卡内基国际和平研究院和清华大学合作成立清华-卡内基全球政策中心,由中国知名学者、清华大学当代国际关系研究院院长阎学通担任管理委员会主席,研究人员大部分为中国人。2006年,布鲁金斯学会与清华大学联合创办了清华-布鲁金斯公共政策研究中心。在该中心的网页上,这样介绍它的定位:“清华-布鲁金斯中心致力于在中国经济社会变革及维系良好的中美关系等重要领域提供独立、高质量及有影响力的政策研究。清华-布鲁金斯中心以多种形式进行研究活动,为美中两国的学者对中国发展过程中所面临的经济社会

问题提供前沿性研究和分析,接待访问研究员,并且组织研讨会、圆桌会议、大型国际会议等,为美中双方的专家学者和政策制定者提供一个加强对话与合作的国际化交流平台。……作为布鲁金斯学会的首个海外机构,清华-布鲁金斯中心引领布鲁金斯学会发展成为一个全球性的公共政策研究机构。”<sup>⑦</sup>布鲁金斯学会约翰·桑顿中国中心主任李成说,布鲁金斯学会中国问题研究团队的很多人来自中国,这也体现了它的全球性,他们用美国人了解的语言解释中国的变化,同时也用中国人了解的语言解释美国的考虑<sup>⑧</sup>。

“战略专家们特别强调通过影响目标国家对形势的认识、判断来获得更大的国家利益。有美国学者甚至撰文称,当美国支持的某目标国家的独立思想者达到一定比例时,该国的舆论就会朝着美国预期的方向发展。”<sup>⑨</sup>可以说,对其他国家而言,西方智库不仅影响世界的“某国观”,还希望影响某国的“世界观”。

### 三、中国智库国际传播和话语体系构建现状分析

目前,中国智库数量不少,但具有国际影响力的屈指可数,国际传播能力和全球话语引领能力亟待提升。

#### (一)内容生产:缺乏引领性概念和源发性观点

“文明的冲突”“利益攸关方”“中美 G2 模式”“软实力”“巧实力”等这些引领全球话语的概念或战略名词,均由美国智库首先提出或推出。美国智库提出的概念通过国际主流媒体、国际研讨会等平台广泛传播而成为“国际议程”,他们提出的一些核心观点便以“国际社会的声音”出现,乃至成为正确舆论导向,后来回应者即使反驳、提出异议也很难撼动这些观点已经牢牢占据的主导地位。美国卡内基国际和平基金会的资深高级研究员、任美国《外交》杂志主编长达 14 年的莫伊西斯·纳伊姆博士曾说,“近 5 年来几乎所有能引起全球性关注和辩论的主张和思想均产生于美国,而不是美国之外<sup>⑩</sup>。”

中国智库目前更多局限在对政策的解读、阐

释,很少提出能够主导国际话语的概念和战略名词,只能在他人的框架下跟随讨论。比如,中国学者对于美国学者约瑟夫·奈(Joseph Nye)提出的“软实力”的研究热度一直很高。而面对国外智库层出不穷的“中国威胁论”“中国崩溃论”“中国责任论”等涉华论调,中国智库和媒体只能救火式地被动应对。针对“中国威胁论”,2006 年新加坡著名经济学家、南洋理工大学亚洲研究所所长陈光炎认为,中国应该提议一个“中国贡献论”<sup>⑪</sup>。但中国智库学者似乎只是把“中国贡献论”看作是外界对于中国崛起的一种不同于西方视角的看法和比较正面的评价,并没有更多地去研究、完善、发展其内容,并推动它与“中国威胁论”“中国崩溃论”“中国责任论”等论调去抗衡,更不用说去影响国际涉华舆论了。迄今为止,“中国威胁论”及其变种仍然不绝于耳。

#### (二)传播渠道:不善于在国际上推销研究成果

与西方智库相比,目前我国多数智库仅仅满足于将成果上报给决策部门获得领导批示,还不太善于在国际上推销自己的研究成果,主要体现在以下几点:

一是不善于利用大众媒体将成果转化为影响国际舆论的资源。虽然越来越多的中国智库开始从幕后走到台前,专家学者更加频繁地接受媒体采访,但更多地还是局限于国内媒体,接受国际知名媒体采访或者在国际知名媒体上发表文章的还不多。而我国媒体的国际影响力还有待进一步提高,因此,即使有一些高质量的智库成果,也难以转化为影响国际舆论的资源。

二是智库刊物、著作国际影响力有限。受语言等各种因素制约,中国目前还缺少类似西方知名智库那样具有国际影响力的智库刊物。在国外知名智库刊物直接用英语发表文章的中国专家学者也很少,目前只有北京大学国际关系学院教授、北京大学国际战略研究院院长王缉思等少数学者在《外交》等智库刊物上发表过文章。此外,西方智库出版的一些著作从选题到营销,都有一套成熟的运作机制,出版后往往能够成为相关领域的畅销书,引领话题、影响舆论。比如,美国著名中国问题专家、布鲁金斯

学会约翰·桑顿中心前主任李侃如(Kenneth Lieberthal),长期广泛地研究中国及亚洲事务,著述颇丰,主要包括:《美国情报界与外交政策:做出正确分析》《克服中美在气候变化合作中的障碍》《中国寻求能源安全:对美国政策的启示》《中国的决策:领导人、结构和过程》《中国能源部门的决策》《后毛泽东时代的官僚政治》《天津的革命和传统》《中美汽车业合作之路》等。这些著作不仅引发媒体关注,同时也对美国的对华政策产生影响。此外,他的《治理中国:从革命到改革》、与俞可平等中国知名学者合作的《中国的政治发展(中美学者的视角)》、与王缉思合作的《中美战略互疑:解析与应对》均出了中文版,反响不小。相比之下,有些中国智库的专家学者出版的著作在国内影响力还不错,但国际影响力较为有限,能在欧美国家出英文版著作的是少之又少。

三是国际性论坛参与不够。随着中国的迅速发展,近些年国外智库掀起了“中国研究热”,经常会举办和中国相关的论坛,也希望中国的专家学者或政府官员参与研讨,但现实却是,这些论坛上中国面孔太少、中国声音太小。而在全球性问题的论坛研讨中,更是西方智库垄断话语。

此外,我国智库在吸引国外智库合作参与研究、在当地设立分支机构等方面均与西方智库有较大差距。

#### 四、提升中国智库国际传播能力与构建对外话语体系的建议

缺乏具有国际影响力的智库,已经成为中国提升国际传播能力、构建对外话语体系的最大缺陷。壮大我国智库实力,是提升我国国际传播能力、构建对外话语体系、争取国际话语权最根本的一环。

##### (一)研究选题贴近现实需求,拓宽研究视野

目前,我国部分智库特别是高校中的智库,由于和政府决策部门沟通较少,有些研究选题和现实需求存在一定程度的脱节,纯学术研究较多。对此,建议政府部门加大信息公开力度,加强和智库之间的沟通,引导智库研究选题贴近现实需求。

此外,鉴于我国大部分智库把自己的研究选题局限于当前的国内事务,应引导和鼓励我国智库拓宽研究视野,不仅仅局限于中国,而是更加关注与本国密切相关的全球性、战略性、前瞻性问题的研究,如能源、环境保护、全球气候变化、可持续发展、反恐等问题,并力争在这些领域提出能够让其他国家争相讨论的理念、名词和观点。平时做好各类重点和热点话题的舆论储备,在突发事件发生之际,能够主动及时传播“中国声音”,引领话题,避免被动的、救火式的回应。

##### (二)树立国际传播观念,拓展传播渠道

可从政策上对智库加以引导,对国际传播效果好的智库予以各方面支持,使我国智库逐步树立国际传播观念,做到“研究”和“传播”并重。推动我国媒体特别是外宣媒体更多地翻译和报道智库适合向国际社会传播的研究成果,向国际社会发出中国智库的声音。支持多语种智库刊物、著作的出版和多语种智库网站、社交媒体账号的建立。鼓励我国智库专家学者在国际知名媒体和智库刊物上发表文章、接受采访等,增进海外智库对我国事务和立场的了解。营造宽松的政策环境,为国内外智库交流、研究搭建平台,鼓励我国智库积极举办和参与国际性论坛。

##### 注释:

- ①《中办国办印发〈意见〉加强中国特色新型智库建设》,《人民日报》,2015年1月21日。
- ②王眉:《郑永年谈中国的对外传播:把中国模式解释好》,《对外传播》,2011年第1期。
- ③肖锋:《中国需要智库,而不是翰林院》,《新周刊》,2009年第14期。
- ④Maxwell E. McCombs and Donald L. Shaw: “The Agenda-Setting Function of Mass Media”, Public Opinion Quarterly, 1972, XXXVI, 2.
- ⑤见陈如为:《美国智库的影响力与基因缺陷》,半月谈网, <http://www.banyuetan.org/chcontent/sz/hqkd/2015325/129499.html>;崔玉军:《〈全球智库报告〉推算标准显漏洞:“权威性”难以服众》,《中国社会科学报》,2015年2月4日。
- ⑥⑧蒋国鹏:《全球顶尖智库如何研究中国——专访布鲁金斯学会约翰·桑顿中国中心研究主任兼资深研究员李成》,

- 《环球》,2009年第13期。
- ⑦参见清华-布鲁金斯公共政策研究中心网站,http://www.brookings.edu/zh-cn/about/centers/brookings-ts-  
inghua/about.
- ⑨毕研韬:《提升中国形象的三大法门》,《中国社会科学报》,2009年7月16日。
- ⑩贺文萍:《不必盲从美国智库的忽悠》,《环球时报》,2011年7月14日。
- ⑪张永兴:《新加坡经济学家提出“中国贡献论”》,《新华每日电讯》,2006年4月5日。

## Construction on Think Tank International Communication and External Discourse System

WANG Mei<sup>1,2,3</sup>

(1.Institute of American Studies, CASS, Beijing 100720; 2.Center of Research in International Communication, China Bureau of Foreign Language, Beijing 100037;3. Center of Coordinated Innovation for Chinese Culture Going-Global Strategy, Beijing 100089)

**Abstract:** Think tank is theoretic support for international communication and basis for external discourse system, which offers rich public-opinion reserve and affects the way one thinks and speaks. Compared with think tanks in western countries, China nowadays has quite a few think tanks but few with international influence, whose international communicative power and global discourse guiding capability are urgently promoted. The main problems exist both in lack of guiding concept and original outlook in content production and in poor promotion of research achievement in international community in communication channel. Consequently, it is suggested that think tanks research should get closer to realistic demand and enlarge research horizon; set up concept of international communication and expand communication channel.

**Key Words:** New-Type Think Tank; International Communication; External Discourse System; Chinese Culture Going-Global

【责任编辑:周普元】