

首席智库官与首席智媒官：打造智慧企业的新高管^①

刘益东

(中国科学院自然科学史研究所 北京 100190)

摘要:为提升企业决策与解决重大问题的能力,该文提出设置首席智库官和首席智媒官这样两个新高管职位,并对其定义、功能和制度及其与企业智库、智慧企业、智库文创产业园的关系和智库热的六大误区等进行了初步探讨,指出CTTO、CTTMO和企业智库是智慧企业的必备,智库文创产业园是智慧城市的大脑,强调没有一流智库专家就没有一流智库,没有思想市场就没有一流智库,就像没有市场经济就没有一流企业一样。设立战略家工作室或智库孵化器,面向学术新媒体与创意市场这一准思想市场是目前我国智库快速崛起的捷径。

关键词:首席智库官 首席智媒官 智库文创产业园 智库孵化器 粗放式创新 智慧企业

中图分类号: N1

文献标识码: A

文章编号: 1672-3791(2015)03(a)-0158-03

Chief ThinkTank Officer and Chief ThinkTank& Media Officer
The New Senior Executives who Create Smart Enterprises

LIU Yidong

(Institute for the History of Science at the Chinese Academy of Sciences, Beijing, 100190, China)

Abstract: In order to increase the company's decision-making capacity and competence in solving problems, this paper proposes to set up two new positions of senior executives, Chief ThinkTank Officer and Chief ThinkTank&Media Officer, and discusses their definition, function and system. But also to further explore the relationship between them and the enterprise thinktank, smart enterprises, Thinktank&Cultural&Creativity Industry Park. Finally, it is pointed out that the development of Thinktank of misunderstanding, and put forward the relevant suggestions.

Key Words: Chief ThinkTank Officer; Chief ThinkTank&Media Officer; Think tank & Cultural & Creativity Industry Park; Think Tank incubator; Extensive innovation; Smart enterprises

科技与经济社会发展日新月异,企业面对的问题复杂多变,企业决策层需要用更多的精力和时间来谋划发展、优化决策,而企业中的企划部、战略研究部的负责人因受职位地位的限制,不能有效协助CEO进行决策,所以该研究者提议设置“首席智库官”和“首席智媒官”这样两个新的高管职位及其制度来应对决策的复杂性挑战(企业可根据需要选择其一)。首席智库官(Chief ThinkTank Officer)英文缩写是CTO或CTTO,CTO也是首席技术官的缩写,尽管有同一缩写代表不同职位的先例(比如CSO既代表首席战略官,也可以代表首席问题官、首席销售官),为明确起见,该研究者还是建议用CTTO作为首席智库官的英文缩写,四个字母的缩写在中高级高管中也有先例,例如CHRO(首席人力资源官)。当然首席智库官也可以有其他类似的称谓,比如首席智慧官等。“首席智媒官”是“首席智库与传媒官”的简称,英文是Chief ThinkTank&Media Officer,英文缩写是CTMO或CTTMO。该文对首席智库官和首席智媒官的定义、功能、制度及其与企业智库、与智慧企业建设及运营、与智库文创产业园的关系以及智库热的各种误区等进行初步探讨。

1 首席智库官和首席智媒官的定义与功能

首席智库官是现代企业等社会组织中设置的专门负责智库的管理与运营的高级官员,主持企业内部智库的工作并通过组

织企业内部智库和外部智库等有关研究资源,对企业运行和发展的各种重大问题及对策进行研究,为企业决策和战略制定及其实施提供研究支撑与高端培训。首席智媒官是现代企业等社会组织中设置的专门负责智库与传媒部门的管理与运营的高级官员,主持企业内部智库与传媒部门的工作并通过组织企业内外智库与传媒等有关研究及媒体资源,对企业运行和发展的各种重大问题及对策进行研究,为企业决策和战略制定及其实施提供研究支撑、媒体支撑与高端培训。首席智库官与首席智媒官制度的创立是现代企业制度的一项创新,是提升企业重大问题及对策研究能力,提升企业智力,提升企业领导力、决策力、管理力、软实力与竞争力的有效举措。

2 首席智库官、首席智媒官与企业智库

目前面对日益复杂多变的经营环境和竞争及合作关系,单靠几个决策者和传统的企划部来解决企业决策、战略规划与未来发展等重大问题愈发困难,越来越多的企业家意识到企业需要建立自己的智库,提升重大问题及对策研究能力。已经成立28年的三星经济研究院(SERI)的成功经验充分证明一个企业要发展不仅要靠决策层的智慧,还要建立自己的智库,中国公司需要提高管理能力的智库,加强战略性思考,为企业的未来发展提供指导原则^[1]。目前已经有一些企业设置了首席战略官(CSO)来加强企业战略研究。该研究者认为,设立企业智库的目的不仅是加强战略研究、提升

决策能力,更根本的目的是提升企业各种重大问题及对策研究的能力,提升企业智力与核心能力^[2]。企业智库还具有进行高端培训功能,将企业打造成学习型与创新型并重的智慧型组织。设立企业智库是企业决策和解决问题等综合研究的建制化、专业化,如同企业设立R&D部门是技术研发的建制化、专业化一样。可以说没有研究就没有决策,没有高水平的专业研究就没有高水平决策。企业智库的设立是企业治理结构的一次变革,是现代企业制度演变的必然趋势和新阶段。企业智库之于企业,如同总参谋部之于军队,首席智库官与首席智媒官类似总参谋长。企业智库是首席智库官与首席智媒官制度的必备要素,该制度的建立是企业治理结构变革的重要部分。

首席智库官与首席智媒官就是企业智库的负责人,而且是决策层的C级高管,可以统筹全局,不仅能够让企业内部智库发挥应有的作用,而且还能利用社会上的智库,也就是利用企业的内脑和外脑,整合各种有关研究资源和媒体资源,为企业发展和社会进步服务,这在互联网时代尤为重要。首席智媒官则要同时负责企业智库与企业传媒部门(公关部门),因为智库与传媒的一体化(TT&M)对组织发展至关重要,智媒实力是核心竞争力的核心要素之一^[3]。在参与感变得日益重要、社会化媒体成为主战场、企业争做自媒体的时代^[4],设置首席智媒官将成为更多企业的选择。实际上尽管尚未设置这一职位,但是现实当中已经

①作者简介:刘益东,北京人,中国科学院自然科学史研究所研究员,博士生导师。研究领域为科技战略、产业战略、人才战略、科技史,科技、经济与社会,创意产业。

企业管理

有了先驱和雏形,例如,乔布斯和马云就是相当出色的首席智媒官。该研究者同时提出首席智库官与首席智媒官两种高管职位,供企业根据自身需要选择设置。由于企业智库的功能全面,也可以使得企业将首席战略官、首席发展官等相关职位合并,有利于避免高管职位过多。两个高管职位的设置,使得企业决策及各种重大问题及对策研究与制定由以往的CEO决定或几个高管决定,发展成为由CEO主持、CTTO或CTMO支持下的、以企业智库为支撑的决策系统来决定。

3 首席智库官、首席智媒官与智慧企业

2008年,IBM提出智慧地球概念和设想,智慧城市、智慧企业等概念及其实现也随之出现。迄今为止,关于智慧企业还没有共识的定义,代表性的定义有杨冰之在《智慧企业—大型企业网络转型战略》提出的智慧企业就是“以信息为基础、以知识为载体、以创新为特征,充分、敏捷、高效地整合和运用内外部资源,处于价值网的关键节点,实现有效管理风险和可持续发展的企业。”该研究者提出的定义是“智慧企业是技术、体制、文化三个方面均与时俱进地实现信息化、知识化、智能化的企业,是一个学习型与创新型并举的智慧型组织,其核心特征是以信息与知识的高效感知、获取、流动、互连、共享、处理、创造、应用和管理来实现企业目标。”技术方面包括硬件与软件,利用大IT、物流技术及实验设备等,全面实现信息化、知识化、智能化^[5];体制方面包括现代企业制度、行政部门、情报部门、研发部门、生产部门、企业智库、营销部门等,流程重组、组织扁平化、企业平台化、内部创业等;文化方面包括观念知识与体制知识合成的集体知识系统,使企业成员有归属感,具有扩增个人能力、实现个人价值的功能,具有将实现个人价值和实现企业价值的活动协调一致的功能,以人为本,尊重知识、尊重创新、尊重思想、尊重人才成为企业核心价值观^[6]。

与以往的企业最大的不同是,智慧企业是追求影响力的企业、是追求改变世界的企业(如苹果公司、谷歌公司也有这样的雄心,但是其粗放式创新令人担忧),而负责任、谋求可持续发展和受人尊重是未来知识社会获得正影响力的关键。对于未来发展而言,该研究者认为企业面临的最大挑战也是人类社会面临的巨大挑战,即如何实现可持续发展,如何尽快走上可持续发展的道路,这需要解决两大难题,一是如何把社会的永续需要(长远需要、可持续发展需要)经过研发和市场开拓,转变为社会的眼前需要,将“人无远虑必有近忧”落实到企业行为和市场行为,这需要学术界、政府和企业的共同努力才能实现;二是从粗放式创新转变成为可持续创新,迄今为止的创新大多数都是粗放式创新,粗放式创新是指以牺牲安全和环境为代价的创新,是以牺牲长远利益和整体利益为代价的创新,是只考虑或只主要考虑经济收益的创

新,它不考虑或不优先考虑创新风险、创新负面效应和负外部性^[6-7]。要发展,不要粗放式发展;要创新,不要粗放式创新。如果不能避免粗放式创新,则万众创新就会成为万众灾难。如果不约束基因玩家、生物创客、生物黑客则必然会导致“致毁知识”增长与泛滥而毁灭人类。在目前的社会竞争结构中,人们是“面对科技,身不由己”,所以遏制粗放式创新绝非易事,只有智慧企业才有担当和智慧去解决这两大难题,智慧企业才是真正的创新主体。智慧企业的核心是拥有企业智库,首席智库官与首席智媒官是企业智库的组织者和建设者,他们要充分发挥企业的内部智库和外部智库的作用,最大限度地提高企业决策和解决重大问题的能力。这样的智慧企业也是智慧城市的重要组成部分。

4 从“智库热”的六大误区看首席智库官、首席智媒官与智库文创产业园

我国目前正在兴起“智库热”,但是存在不少问题,该研究者认为存在六大误区:一是过于强调影响力,而没有强调出思想才是高端智库的第一要务。因为只有卓越的思想才能产生正影响力和持久广泛的影响力,而且对影响力的理解也比较狭窄,似乎只有决策者采纳了政策建议才算是有影响,却忽略了更大的影响力是出思想,是产出学界和社会接受的思想。得到用户肯定的智库只是好智库,只有得到学界和社会肯定的智库才是高端智库、才是一流智库,实际上中国从来不缺少好智库,缺少的是一流智库,也只有擅长出思想的一流智库才可能产生国际影响。因此,智库热关注的应该是如何建设能够出思想的高端智库,等而下之的智库(也就是智囊)早已有之,根本用不着再大张旗鼓地兴建;二是只重视高端智库建设而忽略了高端智库专家的遴选和培养。思想是个人的,只有思想家才能出思想,在思想史上还几乎没有靠集体、靠组织机构来出新思想的,法国布尔巴基学派出数学思想,也是具体的代表人物出数学思想。谨记:没有一流的智库专家就没有一流的智库,所以甄选一流智库专家比忙于智库的组织建设重要的多,因为一个思想家就能出思想,而没有思想家的智库严格地说就不是智库,只是咨询机构而已,思想家、特别是战略思想家才是高端智库的核心与灵魂人物。战略思想来源于重大问题及对策研究领域的突破,所以该研究者主张“以突破论英雄,以思想评智库”。因此高端智库建设的基本原则是依据真正有能力出思想的一流智库专家的意愿和喜好来制定组织形式与管理体制,智库设置首席智库专家,由战略思想家担任;三是过多强调智库的公共政策属性,而实际上智库的根本属性是从事高水平的各种重大问题及对策研究,是出思想,是提出可行的创造性解决方案,这包括公共政策,但是范围要广泛的多;四是过于强调非营利性,似乎营利就会影响公正性,而实际上不少重要的战略思想是营利性机构提出来的,

比如“智慧地球”就是IBM公司推出的,其影响绝不逊色于任何一家非营利的著名智库。笔者认为只要把研究报告的资金来源和立项背景交代清楚,研究符合学术规范,就能避免误导,在一个公平竞争的思想市场中,营利与否并不重要,重要的是思想产品的规范性和高质量。实际上,只要竞争规则有效,研究者的动机无足轻重,研究成果才是最重要的,科学研究活动的成功就是明证:无论科学家是为了追求真理还是为了出人头地,只要遵循学术规范,就能做出有价值的知识贡献。而正是因为强调非营利性,导致激励不足,即使是美国智库也没有发展到应有的水平;五是没有认识到思想市场对发展高端智库的决定性作用,可以说,没有思想市场就没有一流智库,就像没有市场经济就没有一流企业一样。该研究者认为智库发展要“一个中心、三个面向”,一个中心就是以务实、理性的态度去建设思想市场、规范思想市场,没有思想解放、没有思想市场,战略思想家等一流智库专家就很难胜出,三个面向是“面向市场、面向各级政府、面向国际前沿”,当然每个智库在三个面向上的优先序可能不同,但基本原则是相同的:越杰出的智库专家、越杰出的思想家,越需要公平竞争的的思想市场。缺乏思想市场、缺乏思想解放所导致的最大损失是无法及时有效地甄选出一流智库专家和战略思想家为国家服务,而他们才可能提出“一子解双征”的可行的创造性解决方案,破解难题,化险为夷。二、三流的智库专家因缺乏足够的创造力,往往只会依附西方主流思想,甚至有人成为西方的政策代言人。在很多情况下,看似是立场问题,实则是创造力和学术水平问题。聪明人很多,有创造力的人却不多,一流智库专家的核心能力就是思想创造力;六是过于推崇美欧智库,特别是把美国智库当作效仿对象。当然,美国智库发展的时间长、影响大,但是在该研究者看来即使是美国智库也远没有承担起应有的责任,没有发挥应有的作用。因为要实现可持续发展仅靠摆事实讲道理、转变观念是远远不够的,关键是要实现激励均衡、资源配置合理(应从可持续发展需要的角度来衡量人物与事物的重要性并据此配置资源),要有以满足人类可持续发展需要而崛起的利益集团(简称“永续利益集团”。这里的“利益集团”是中性的词)。之所以不能可持续发展,根本原因在于目前主导社会的工商军工利益集团是因为满足人类眼前需要而崛起的,注重眼前利益、眼前利益优先是其生存之道和竞争之道,市场经济社会也主要是这一主导利益集团塑造的,在以往车到山前必有路、船到桥头自然直的时代,还勉强维持,而在人无远虑必有近忧、国无远虑必有近患的现在,则越来越难以为继。急需永续利益集团这一新的利益集团的崛起与之平衡,只有永续利益集团成为新的主导利益集团,才能够从根本上解决可持续发展问题。永续利益集团由包括智库、智库产业、智库知识分子(务实建设,考虑可行性的知识分子)

和公共知识分子在内的各种服务于社会可持续发展的社会组织与各界人士构成,显然真正的智慧企业也包含其中。智库产业的兴起就应该以促成永续利益集团的形成与崛起为最主要的目标之一,显然国际学界并没有出现这样的认识,美国等西方智库更没有向这个方向努力,这也是国际上可持续发展理论的根本缺陷,是基本思路上的失误^[9]。所以我国发展智库及其产业,一方面借鉴西方发达国家的有益经验,另一方面也应该勇于创新,在可持续发展这一更大框架内设计和发展智库产业。

在思想市场还不成型的情况下,面向市场为企业服务,面向国际前沿为世界服务均不失为明智之举。因为有大量的全球问题、亚洲问题都没有很好解决,甚至研究还十分薄弱。比如容凯尔在《金融时报》发表文章指出“尽管亚洲的全球影响力日益增加,但有关该地区事务的深入研究大多仍然来自其他地方,主要是西方”,而“亚洲根本没有为思想而建立起来的市场”^[8],因此亚洲需要一流智库,而且可以在国际上的思想市场上竞争胜出。在我国现阶段,智库要快速发展必须依靠智库产业化,才能够突破官本位对智库发展的制约。因此发展高端咨询业,实现智库产业化是当务之急。中国缺乏创新文化传统,可谓“附会是附会者的通行证,独创是独创者的墓志铭”(笔者仿北岛),文化创意产业的勃兴,为发展思想市场提供了契机。该研究者提出“智库文化创意产业园”(简称“智库文化创意产业园”)构想,把智库产业与文化创意产业结合,尤其是智库与传媒结合形成TT&M制度,两者相辅相成,相得益彰,可借助学术新媒体与创意市场和文化创意产业的特点能够在一定程度上建立思想市场(可称之为“准思想市场”,这也是建立思想市场的

(上接 157 页)

在单位发展各个阶段都会形成的大量电子文件,电子文件的产生和应用,使得基层单位档案快速向数字化方面发展,为档案信息化管理注入了新的活力。电子文件是通过复杂的编码和解码过程才得以利用,其不同于传统的档案文件,通过权限设置,利用者只要获得权限,或在自己的权限范围内允许利用,就可以随时调出自己所需的档案信息,并可复制和存储,可以说,电子文件是适应现代管理制度的全新的管理形式,因此,必须加强规范电子文件,档案管理部门要严格归档电子文件,可以通过图文扫描、网络、计算机及光盘等形式将电子文件信息制定部门要求统一集中管理,并存储于档案部门存储介质中,档案管理部门进行分类、整理与编目,形成电子档案,提高档案信息的实效性和检索的便捷性。为了确保档案的完整与安全,档案利用者必须通过档案部门进行用户确认才能调阅档案。

3.3.2 档案信息化安全管理

档案信息化建设除了要确保归档文件真实、完整、有效,同时还应保证档案数据

一个过渡阶段),特别是智库与传媒结合,利用学术新媒体市场(例如TED),让有价值的学术创见胜出、传播,让出思想的智库专家胜出,促进智库发展。智库文创产业园不仅有利于智库发展,更是智慧城市的大脑和灵魂(该研究有另文详述)。显然,首席智库官、首席智媒官在智库文创产业园这个平台上大有用武之地,如同首席技术官在高科技园区中如鱼得水一样。

5 主要结语与建议

变革企业治理结构是提升企业智力、提升企业重大问题及对策研究能力的最有效方式,该文提出创设首席智库官与首席智媒官制度,并对其定义和功能做出界定。初步探讨了首席智库官和首席智媒官与企业智库、智慧企业、智库文创产业园的关系,提出企业智库的设置是首席智库官与首席智媒官制度的必备要素,这种新型企业制度有助于企业提升成为智慧企业,首席智库官与首席智媒官是打造智慧企业的新高管。通过对“智库热”六大误区的分析,建议目前我国发展智库要“一个中心、三个面向”,即建设思想市场,面向市场、面向各级政府、面向国际前沿。面向市场,大力发展智库产业,创建“智库文创产业园”是当前我国快速提升智库水平的一条捷径,也是建设智慧城市的点睛之笔,设立智库孵化器从甄选智库人才开始,建设高端智库也可以成为一种智库孵化器,当然智库孵化器还有多种形式,特别是在高校和科研院所内借鉴科技孵化器等相关经验来设置,有利于高端专家学者人尽其才。立竿见影的做法就是利用该研究者提出的开放式评价法来盘点重大问题及对策研究领域的突破性成果,甄选出一流智库专家和战

库安全。对此,必须要提高档案信息化安全防范,加强系统管理维护,可以实行身份认证来保护档案安全。在使用中,给用户分别授权,让用户在授权范围内操作。此外,为了确保档案数据安全,档案系统应实行专人专机专用,对电子档案的保护要注意防毒,安装防火墙与杀毒软件,并做好电子档案备份,对重要电子档案的信息内容进行加密处理,以提高电子档案的可靠性,推动档案管理的数字化建设,从而为在单位各部门之间实现资源共享奠定数字信息基础。

4 结语

综合上述,档案信息化建设在一定程度上体现了基层单位的管理水平,基层单位应转变档案管理观念,找准信息化切入点,以档案保管和利用为重心向信息采集、管理与服务转变,才能确保档案为单位整体所利用。同时,在档案信息化建设过程中,要解决对档案建设投入不足、专业人员缺乏等问题,科学推进档案信息化建设进程,通过规范、标准的档案信息化建设来服务单位。加强档案信息化安全防范意识,提

略思想家,为他们在智库文创产业园内设立战略家工作室或智库孵化器,让他们如鱼得水并充分发挥作用^[11]。更有意义的是,由于美国等发达国家的智库建设宗旨存在着严重缺陷,致使我国可以在借鉴国外有益经验的基础上振兴智库,在可持续发展的宏大框架下,后来居上,引领世界智库产业的发展。

参考文献

- [1] 朴胜虎:中国企业需要建立自己的智库[OL],<http://finance.sina.com.cn/roll/20081010/14455377695.shtml>.
- [2] 刘益东.企业文化、企业智力与企业核心竞争力[J].哈尔滨工业大学学报:社会科学版,2003(9).
- [3] 刘益东.提升智语权和智媒实力,实现中国智库的快速崛起[J].未来与发展,2012(12).
- [4] 黎万强.参与感—小米口碑营销内部手册[M].北京:中信出版社,2014.
- [5] 刘益东,大IT革命初论[J].科技资讯,2014(8).
- [6] 刘益东.试论粗放式创新、致毁创新、可持续创新理论与知识安全学[J].科技资讯,2014(9).
- [7] 郝伟,刘益东.首倡“低危技术、低危经济”理念带动粗放式创新向可持续创新转变[N].市场信息报,2014-10-14.
- [8] 庞中英.建立亚洲自己的思想市场[J].世界知识,2006(19).
- [9] 刘益东.智业革命一致毁知识不可逆增长逼迫下的科技转型、产业转型与社会转型[M].北京:当代中国出版社,2007:214-215.
- [10] 刘益东.设立战略家工作室,创建世界一流思想库[J].科技创新导报,2014(14).

高数据库的安全性及电子文件的可靠性,以达到提高基层单位档案管理工作质量和效率的目的,最终促进单位经济发展。

参考文献

- [1] 郭曦颖.基层单位档案信息化管理的体会[J].广播电视信息,2012(4):99-100.
- [2] 王蓓.浅谈基层单位档案工作信息化建设[J].时代经贸,2012(20):15.
- [3] 张学杰.基层单位开展档案信息化建设工作的路径[J].兰台内外,2013(6):32.
- [4] 翟惜瑞.档案管理信息化建设的现状及其对策[J].兰台内外,2014(1):41.
- [5] 姚湘.档案建设信息化趋势下的基层单位应对措施探析[J].江苏技术师范学院学报,2004,10(4):103-105.
- [6] 王立玲.基层单位档案数字化建设的思考[J].兰台内外,2012(3):44.
- [7] 张鑫.企业基层单位人事档案管理信息化思考[J].现代商业,2011(5):182-183.