



建设世界一流的民族大学，提升中央民族大学的核心竞争力

作者: 曲木铁西 发布时间: 2007-10-30 17:03 原文出处: 中央民族大学学报

摘要: 形成和提升中央民族大学的核心竞争力，是建设世界一流的民族大学的核心和关键。应当集中精力形成和提升四个方面的竞争能力：高水平的研究型大学；学科体系完备，并有在国内外处于优势地位的学科的综合型大学；成为有相当影响力的服务型大学；独具特色的民族型大学。从三个层面对民族大学制度或模式进行二次创新：以民族类学科为龙头，实现学科体系的创新，提升中央民族大学的直接产出能力；全面推行管理创新，建立竞争与合作、激励与约束、出人才与聚集资金的工作机制；实施全方位的文化创新战略，形成和扩展无形资产的积淀能力。

关键词: 核心；竞争力；一流民族大学；优势；战略

2001年6月，在中央民族大学50周年校庆之际，国务院总理朱镕基代表党中央、国务院到中央民族大学视察，做出“把中央民族大学建成世界一流的民族大学”的指示。这不仅为中央民族大学指明了发展方向，也为我国高等民族教育指出了奋斗目标，值得我们认真学习和深入研究。根据世界经济及教育的重大变化，根据中国高等教育的发展趋势，本文从提升中央民族大学核心竞争力的角度，研究建设世界一流的民族大学的目标模式、工作方向和战略部署。

一、“建设世界一流的民族大学”的提出与人们对它的认识

在各国综合国力竞争日趋激烈和知识经济初露端倪的背景下，国家主席江泽民在北京大学百年校庆时非常及时地提出要建设若干所“世界一流大学”，并对什么是“世界一流大学”做了高屋建瓴的阐释，从而为中国高等教育指明了发展方向。他指出，“世界一流大学”有四个重要标准：它“应该是培养造就高素质的创造性人才的摇篮，应该是认识未知世界、探求客观真理、为人类解决面临的重大课题提供科学依据的前沿，应该是知识创新、推动科学技术成果向现实生产力转化的重要力量，应该是民族文化与世界先进文明成果交流借鉴的桥梁”。[1]针对中国民族高等教育的实际状况和发展趋势，朱镕基同志进一步提出“建设世界一流的民族大学”的观点，深化和发展了江泽民同志的思想，具有重要的理论价值和现实意义。

但是，无论是在实际的操作层面，还是在理论的认识层面，人们在“建设世界一流的民族大学”的问题上，存在不少见仁见智的认识。比如，“一流”与“民族”的混淆：世界一流的民族大学到底是“世界一流大学”中的民族大学，还是世界各国民族大学中的“一流”？再如，用静态的和形而上学的观点看问题，分不清奋斗目标与实际现状的差异，对中国建设世界一流(民族)大学从根本上持怀疑态度。

人们认识上的含混不清和自相矛盾的直接后果，是操作层面的规划不明，往往是口号喊得越响，心里变得越慌，头脑变得越乱，手脚越发不灵。比如，规模与质量的困惑。规模意味着经济效益和发展空间，但一流大学并不以规模取胜，无论是牛津、剑桥，还是哈佛、麻省，在校学生人数都只有一万多，甚至不到一万。那么，我们就把重心定在质量上。什么叫质量？根本就没有一个摆在那里的质量标准让你去达到，真正的一流不是“达标”，而是创制标准。又如，教学与科研的资源争夺与重心摇摆。今天科研第一，因为任何一流大学都是研究型大学，而明天又是教学第一，任何一流大学只因为它培养出一流的人才，才成为了一流大学。再如，基础学科与应用学科定位不明。今天说基础学科优先，因为一流大学应该是认识未知世界、探求客观真理、为人类解决面临的重大课题提供科学依据的前沿；明天大讲应用学科为主，因为一流大学应当是先进生产力的先行军。再从更具操作性的层面看，认识不清所引起的矛盾和冲突

就更突出，资源如何配置？学科如何布局？办学层次有一个什么样的清晰定位？

出现这些问题，根本的症结可以归结到一点，那就是没有从理论的深度和高度上弄清楚到底什么叫“世界一流的民族大学”，没有找到一个建设世界一流的民族大学的关键点和突破口。而只有找到这样一个关键点和突破口，“世界一流的民族大学”的基本内涵、战略目标、工作方向和战略部署才会清晰，操作起来才会有条不紊。

二、形成和提升中央民族大学的核心竞争力是建设世界一流的民族大学的关键

那么，建设世界一流的民族大学，应该从何着手呢？要对这一问题有一个准确而具预见性的回答，一方面应当清楚我们所处的“结构性位置”。即，必须把中央民族大学的发展放入国际国内的环境和高等教育的发展趋势中去观察；另一方面充分利用各种处于时代前沿、又具有解释力的理论分析工具。就建设世界一流的民族大学而言，核心竞争力理论正是这样一种符合我们分析主题和要求的理论分析框架。

如果能够从这两个方面去看问题，我们就会清楚地看到，形成和提升中央民族大学的核心竞争力，是建设世界一流民族大学的核心和关键。之所以这么说，理由是：

第一，形成和提升中央民族大学的核心竞争力，建设世界一流的民族大学，是时代的客观要求。随着经济全球化浪潮的推进，国家之间的竞争更加普遍，更加激烈，集中地体现为综合国力的竞争，其核心是科学技术的研究与开发能力的竞争。特别是在进入20世纪90年代以后，知识经济初露端倪，智力投资所特有的“赢家通吃”(winner2take2all)特性使它成为一种制造和加剧国家之间综合国力鸿沟的力量，恶化着国际竞争的环境。[2]在这种背景下，一国的高等教育水平和大学竞争能力，构成了国家竞争力的核心，而判断一国高等教育水平和大学优劣的关键指标是它在世界上的核心竞争力。中央民族大学要想成为世界一流的民族大学，影响中国的国际竞争力，就必须形成和提升自己的核心竞争力。

第二，形成和提升中央民族大学的核心竞争力，建设世界一流的民族大学，是中国高等教育发展的必然要求。国际竞争的加剧和中国现代化建设的加速，都要求中国高等教育走一条大众化的道路。针对这一趋势和要求，国家确定了“十五”高等教育“适度超前的跨越式发展战略”：“通过重视对教育和‘人’的投资，在短期内实现教育的超常规发展目标，大力提高国民人口的平均受教育水平，努力扩大高等教育就学人数的规模，加强知识创新和科技创新”。在这一战略布局中，大学之间不仅存在争夺资源的激烈竞争，而且会在未来较短的时间内出现明显的分层(即研究型大学、普通大学和职业技术学院的分化)，各大学将为自己的层级定位展开更加激烈的竞争，其实质是核心竞争力的竞争。因为，在大学的发展规模越来越不受限制之后，原先针对扩展规模而进行的竞争，转向竞争能力本身的竞争。在这种背景下，要将中央民族大学建成世界一流的民族大学，只能以形成和提升核心竞争力为突破口。

第三，形成和提升中央民族大学的核心竞争力，建设世界一流的民族大学，是中国大学发展趋势的内在要求。从中国大学所处竞争环境分析，由于高等教育规模的急剧发展，作为竞争主体的大学总体数量较少，且生产能力不足，而高等教育市场增长率很高，加上行业壁垒的限制，从而使得各大学尚处于一个竞争力不足的竞争环境中，它们自然不会关注自身能力的提升，而是忙于寻找更好的发展机会。但是，再往后看5—10年，随着大学生产能力的急剧扩展和市场的相对稳定，大学之间必将进入一个竞争激烈的时代，特别是大学教育的市场化、产业化和内部结构的复杂化，都会推动大学从外延扩张转向内涵式发展，如何形成和提升大学的核心竞争力将成为建设世界一流的民族大学的关键。

第四，形成和提升中央民族大学的核心竞争力，是建设世界一流的民族大学本身的要求，因为世界一流的民族大学必须是具有核心竞争力的大学。

那么，什么是大学的核心竞争力呢？在核心竞争力理论中，目前研究最为成熟的是企业竞争力理论。因此，回答什么是大学核心竞争力的问题，有必要先看一下“企业的核心竞争力”。在全面总结国内外学者相关研究成果的基础上，我国学者提出了一个较为全面而准确的企业核心竞争力定义：它是指“企业独具的长期形成并融入企业内质中的支撑企业竞争优势，使企业能在竞争中取得可持续生存与发展的核心能力”。[3]在竞争激烈的环境中，这一关于企业核心竞争力的定义，在基本方面越来越适用于大学。大学越来越需要企业精神，大学在组织结构和运作机制方面越来越像企业。但相对而言，大学的核心竞争力有它不同于企业的特征。根据我国的情况看，大学核心竞争力的独特性主要表现在五个方面：其一，核心性。大学核心竞争力的大小不仅体现在资金、人才、设备等资源的多少，更重要的是这些资源是否集中在关涉大学存亡兴衰的关键环节或重要领域，突出地体现为学科的建设；其二，特异性。大学核心竞争力与

大学相生相伴,是大学在长期实践过程中逐渐培育出来的,是大学长期系统学习经验的积累,难以同该大学相分离,还会在不断的应用和分享过程中得到改进和精炼。从这一意义上讲,它是独一无二的,为该大学所特有,没有被当前或潜在的竞争对手拥有;其三,整体性。竞争能力不是摆在大学某个地方的物件,而是作为不可分拆的整体而渗透于大学教学、科研、社会服务的每一环节之中,是关键技术、核心能力、运行机制的有机融合,它分不开,拆不散,构成大学个性化形象的主要内容;其四,隐形性。作为一种无形资源,大学竞争能力不会像实物资源那样因不断使用而被折旧,它内化于大学的整个组织体系中,不用保密也溜不掉,外人即使知道了也带不走,因而是大学在激烈竞争中致胜的法宝;其五,可保持性。由于大学核心竞争力与特定大学的历史和文化联系在一起,与大学不可分离,不易为竞争对手所模仿和偷走,一所大学一旦获得就不容易失去,因而具有长久生命力。[4]

三、中央民族大学应当具备什么样的核心竞争力才能成为世界一流的民族大学

根据当今世界的变化趋势和中国社会的发展要求,从中央民族大学客观实际和战略目标(即建设世界一流的民族大学)出发,中央民族大学应当集中精力形成和提升以下四个方面的竞争能力,它们将构成中央民族大学核心竞争力的主要维度。

1. 中央民族大学应当是高水平的研究型大学,从事研究与开发的能力将是其核心竞争力的核心。

在大学的金字塔结构分布中,只有处于顶端的研究型大学才有可能成为一流大学,用斯坦福大学校长盖哈德·卡斯帕尔的话来说,它应当是“研究密集型大学”。[5] 一所大学之所以能够从成百上千的大学中胜出而成为一流的研究型大学,原因有许多,但其中最重要的一个原因,是它应当具有强大的研究与开发能力。为此,如果它不是在所有学科领域都是一流(事实上这也是不可能的),那它一定要有几个特别优异的学科。当它在某几个、甚至某一个学科领域真正成为世界第一的时候,它的每个系都会变得相当不错。[6]从中央民族大学的情况来看,作为研究型大学的本钱,就在于民族类学科。在这一点上,无论是其他民族院校,还是国内其他的研究型大学,都是比不了的。这里说的“民族类学科”,属于施正一先生提出的“广义民族学”范畴。[7]

不过,作为中央民族大学核心竞争力重要成分的民族类学科,主要不是从它的研究对象是“民族”这一意义上讲的,也不在于它是包含了多种分支学科的一个庞大学科群,而是以研究民族生存与发展为主题的学科体系。这是从研究主题(民族的生存和发展)意义理解的民族类学科。

在这一意义上,它应当是一种对民族的生存和发展进行的专题性综合研究。这样理解的民族类学科,不仅能像施正一先生所说的那样囊括多种学科,构成一个学科体系,更关键的是明确了它的主题、问题、任务和方法,能够为中央民族大学拓展出一个无比广阔的研究领域和探索前沿,这也是中央民族大学生存与发展的领地与空间。

2. 中央民族大学应当是学科体系完备、并在国内外处于优势地位的学科的综合型大学,应当显示出在人才培养方面具有核心能力。

如果说洪堡创立的柏林大学模式(即研究型大学)是现代大学的标志,那么,大学之为大学而不是研究机构,就在于它是培养高级人才的摇篮,一所大学的核心竞争力因此也体现在它培养人才的水平上。但是,如何衡量一所大学所培养的人才的水平呢?在我们这个高等教育大众化、甚至普及化的时代,一所大学培养人才的数量固然是一个重要指标。但是对一流大学而言,质量比数量更重要。一流大学之所以成为一流大学并不在于它的规模,大多数世界顶级大学的规模都不大,但却是顶尖人才的摇篮。正是具有“生产精英”的能力,才是一所大学成为一流大学的原因,也是一所大学核心竞争力的重要标志。就中央民族大学而言,精英教育,才是它形成核心竞争力的方向;而在精英教育范围内,中央民族大学又是中国50多个少数民族精英人才和特型人才的摇篮,挖掘处于边疆地带的巨大潜能、实现充分的社会流动是中央民族大学竞争优势的重要途径。

3. 中央民族大学应当是有相当影响力的服务型大学,它必须在提供社会服务方面具有核心竞争能力。

美国威斯康星大学校长范海斯于1904年提出“威斯康星思想”,赋予威斯康星大学两项新的使命——帮助州政府在全州各个领域开展技术推广和人才培养,这就是“把整个州交给大学”的威斯康星模式。在这一模式下,服务在研究之后,成为大学除教学这一传统功能之外的第三种基本功能,大学提供社

会服务的能力成为大学核心竞争力的重要部分。

中央民族大学由于有研究和开发方面的竞争优势，又有巨大的服务领域和服务市场，因而具有在提供高级社会服务方面发展核心能力的条件和机会。在这方面，它应当、也有条件成为国家民族政策的思想智库，成为民族地区经济与社会发展的智力支持，成为高级民族人才的培训基地。

4. 中央民族大学应当是独具特色的民族型大学，强大的民族整合能力是它核心竞争力的重要来源。

在中国社会的现代化进程中，在中国社会整合的实现过程中，没有哪一所大学像中央民族大学那样被赋予了如此独特的重要地位，使它真正成为“中央”民族大学，成为真正的民族型大学。就此而言，它应该肩负和担当起五种角色：(1) 文化的整合。与地方民族院校相比，中央民族大学具有特殊的地理优势，它地处祖国的首都，因而能以最现代、最开放、最无偏私的心态，最广泛地容纳各民族优秀子弟，使他们共同生活在一个校园之内，实现文化的整合。(2) 社会流动、开放和凝聚的通道。开放和流动是现代社会的特征，正如封闭和停滞是传统社会的特征一样，在由传统社会向现代社会转变的过程中，中央民族大学是一个非常重要的绿色通道。(3) 民族精英的摇篮。民族的整合一定程度上是民族精英的整合，而中央民族大学是培养中华民族精英的摇篮。(4) 中央及地方政府制定民族政策的思想智库。大学虽无权，不能去制定政策，但有影响力的大学却能为政策的制定提供理论框架和实际数据，这是政府决策科学化、民主化和效率化的基本保障，也是中央民族大学竞争能力的要素。(5) 民族潜能的挖掘机。中央民族大学在民族整合方面的竞争优势，就是它能够在民族地区“创造一个精英社会”(meritocratic society)，而且是“社会流动的有效机制”，通过它，实现“一个天资聪颖的人，无论出身如何，只要接受高等教育就有可能富有发达”。[7]

四、形成和提升中央民族大学核心竞争力的工作方向与战略部署

现实的情况是，中央民族大学与它应该具备的核心竞争力差距还很大，因此如何形成和提升中央民族大学的核心竞争力，就成为建设世界一流民族大学的工作方向，需要进行认真细致的战略部署。其最基本的思路，就是大学制度或大学模式的创新。历史已经证明，“当13、14世纪，大学在英国兴起，有了牛津、剑桥后，英国很快有了工业革命，有了代议制；到19世纪，当研究型大学的概念在德国兴起的时候，德国很快成了第二次工业革命的领先国家。当欧洲老大学的理念传到美国，美国办起了哈佛、耶鲁、麻省后，美国又成为整个世界最大的经济中心”。[8]

那么，中国社会的全面“起飞”，就必须有一批世界一流大学，为此，就必须在大学制度或大学模式上进行创新。就我们讨论的核心竞争力问题而言，良好的大学制度或大学模式是一所大学、甚至一个国家核心竞争力的产出机制。就此而言，建国初创立的中央民族大学，本身就是大学制度或大学模式的创新，为我国各民族的发展和国家的统一做出了重大贡献。随着当今世界形势的变化，特别是中国在世界上的地位和国内现代化建设的客观需要，加上中国高等教育发展趋势和大学竞争环境变化的影响，我们必须对民族大学制度或民族大学模式进行第二次创新，目的是促进中央民族大学核心竞争力的形成和扩展机制的建立。具体而言，从形成和提升中央民族大学的核心竞争力、建设世界一流民族大学的客观要求出发，我们必须在三个层面上进行全面而深刻的创新：

1. 以民族类学科为龙头、实现学科体系的创新，提升中央民族大学的直接产出能力。

判断一所大学水平高低最重要的指标是它的直接产出能力，即它在研究与开发(R&D)、英才培育、社会服务三个方面的生产力。在这一方面，中央民族大学的竞争优势来源于两个基本战略：一个是特色战略，另一个是规则战略。就特色战略而言，我们必须对民族类学科进行合理改造和全面创新，使之成为聚集中国各民族最优秀学子和吸引国内外最优秀学者的基地，成为出产民族精英的摇篮、精深民族理论的智库、有体系的民族政策的咨询中心，并成为投资家资金投放的去处；就规则战略而言，中央民族大学要真正成为“中央的”、一流的和有竞争力的，必须实施规则战略，通过制定、创制、确立大学竞争的规则去获得战略性(而非战术性)优势。正如美国学者罗伯特指出：“谁制定了游戏规则，谁就掌握了制胜先机。”[9]为此，我们不仅要在民族类学科的学科体系创新上保持我们的绝对优势，使我们成为民族学科和民族高等教育的规则制定者，而且还要在民族类学科领域的发展上处于前沿领域，使我们不仅在民族院校中保持绝对的竞争优势，而且在非民族院校的高水平大学圈子里因独具特色而保持绝对的竞争优势。这种优势地位将是我们中央民族大学强大产出能力的源泉，也是中央民族大学核心竞争力的形成根源。

2. 全面推行管理创新，建立竞争与合作、激励与约束、出人才与聚资金的运作机制，形成中央民族

大学强大的资源吸纳能力。

一所大学强大的产出能力不仅依赖于处于时代前沿、领导时代潮流的优势学科(群)，还在于这种学科(群)得以产生的机制本身的状况。强大的产出能力源于一种优异的产出机制。只要借助于它，有潜力的学生将会成为民族的精英，勤奋刻苦而品质优异的学者将会变成大师，政府和民间的资金将在这里积聚，任何一个发展的机会将变成发展的现实。它不仅是邓小平所说的“出人才的机制”，还是出能力的机制，是出大学核心竞争力的机制。

那么，这种机制从何而来？除了管理创新之外没有别的办法。大学管理创新的主要内容是针对大学竞争的外部环境，建立大学内部的竞争与合作、激励与约束的机制，以促进大学各种资源的优化配置、充分利用和产出能力。在当今时代，大学管理的创新主要体现在几个方面：一是大学校长独具创造力的管理理念和企业家精神；二是管理方式从粗放的经验管理模式向精细的科学管理模式转变；三是管理的最高状态是“不管理”，其条件是管理的非人格化和机制化；四是是学校自主知识产权为中心的管理。

3. 实施全方位的文化创新战略，形成和扩展无形资产的积淀能力。

大学的核心竞争力可能由一大堆数据和指标构成，但是社会和公众很少根据这些数据和指标去认识和判断一所大学的实力和水平，它只简单地关注一所大学的“品牌”。因为，品牌凝聚着一所大学的历史，是一所大学实力与竞争力的标志，是大学一切有形资产无形化的结晶。因此，大学品牌的打造，将是大学形成和提升核心竞争力的重要部分。

良好大学品牌从何而来？——它当然与大学实力相关，但是与大学的历史和文化有更紧密的联系，因而需要通过文化创新去建立。对大学而言，文化的基本要义是大学的精神、理念、素质、观念、情调、氛围，它是一所大学在其历史发展过程中逐渐积淀而成的。怎样使大学所发生和经历的重大事件转变为大学的文化，不仅写在大学的校史上，而且镌刻在每个人的心中，变成学校的习俗、仪式、惯例、思维方式、体验结构，这是大学文化建设和文化创新的核心内容和关键任务。

只有在品牌的意义上，只有在变成品牌构成要素的意义上，大学的核心竞争力才会成为大学无形、却不会丧失的自主知识产权，它既不会因一个知名教授或校级领导的调出而被带走，也不会被人拆开、模仿和偷走，更不会在被他人使用的过程中溜掉。只有借助于和转化为这样一种凝聚为品牌的自主知识产权，大学的核心竞争力才会成为获得长期竞争优势的资本。

参考文献：

- (1) 江泽民. 在庆祝北京大学建校一百周年大会上的讲话[N]. 光明日报, 1998 - 05 - 05.
- (2) 世界银行、联合国教科文组织高等教育与社会特别工作组. 发展中国家的高等教育：危机与出路[M]. 北京：教育科学出版社, 2001. 29. 32 - 33.
- (3) 鲁开垠. 核心竞争力：企业持续制胜之路[M]. 北京：经济日报出版社, 2001. 71.
- (4) 邹吉忠. 中国高等教育发展的新动力：培育和提升大学的核心竞争力——建设世界一流民族大学的前提性思考[J]. 中央民族大学学报, 2003, (1) : 25 - 31.
- (5) 袁新文. “研究密集型”大学：21世纪大学的方向——访美国斯坦福大学校长盖哈德·卡斯帕尔教授[N]. 光明日报, 1998 - 05 - 04.
- (6) 田长霖. 知识经济、高等教育与科学技术[J]. 高等教育研究, 2002, (6) : 1 - 4.
- (7) 施正一. 简编广义民族学[M]. 北京：中央民族大学出版社, 1996. 22.
- (8) 丁学良. 什么是一流大学[J]. 高等教育研究, 2001, (3) : 4 - 9.
- (9) 迈克尔·罗伯特：超越竞争者：战略思考的力量[M]. 北京：机械工业出版社, 1996.