中国科技资源导刊 ISSN 1674－1544
2009年7月 第41卷第4期 73－78
CHINA SCIENCE & TECHNOLOGY RESOURCES REVIEW
ISSN1674-1544 Vol 41 No 4 73-78,Jul 2009

关于推进我国竞争情报服务的若干思考

黄 健 马俊英 苗 蕾
（湖南省科学技术信息研究所，湖南长沙 410001）

摘 要：竞争情报已成为一种增强市场竞争力的信息研究与服务，在世界范围内得到广泛的应用。竞争情报服务的发展受到越来越多国家和专家学者的关注与重视。在总结国内外竞争情报服务现状的基础上，讨论竞争情报服务的不足之处，结合竞争情报服务工作实践，借鉴湖南省竞争情报中心服务模式，提出推进我国竞争情报服务的观点和对策。

关键词：竞争情报；竞争情报服务；情报研究
中图分类号： G350 **文献标识码**： A DOI: 10.3772/j.issn.1674－1544.2009.04.014

1 国外竞争情报服务的概况

随着竞争情报（Competitive Intelligence，简称CI）成为一种为市场竞争服务的信息研究与分析工作，在世界范围内得到广泛的应用，CI服务的推广与发展也受到越来越多国家和专家学者的关注与重视。国外尤其是西方发达国家已经对CI的理论方法、情报系统建设、服务模式等都进行了较为深入的研究，在CI理论研究与服务推广方面积累了丰富的经验，CI的理论方法不仅被广泛应用到企业的市场营销、战略管理和技术创新等竞争活动中，而且还被应用到政府制定竞争政策和行业规制管理等实践中，在增强国家或企业的综合竞争力和快速反应能力等方面发挥着重要的作用。进入21世纪，全球CI研究与服务又呈现出向不同经济体制或社会制度国家不断拓展的趋势，已基本形成了以美国、加拿大为首的北美地区、以法国等国组成的欧盟地区和包括日本、韩国、新加坡、中国在内的东亚地区等三大CI研究与服务发展最活跃的区域，并在全世界构成了一个以CI咨询服务、专业培训、人才教育和系统开发与软件研制应用为主要内容的新兴信息服务产业链[1]。如，在法国，构建了完善的经济情报体系。国家总理下设国家竞争情报高级负责人，各中央部委内均有专人负责竞争情报，并特设“竞争情报部际协调员”职位，由4～5人组成，各省的竞争情报最高负责人为省长，地区工商局负责协调企业、研究所、大学和咨询公司的竞争情报。在法国经济情报体系中，法国工商联合会是最重要的角色。法国工商联合会包括180万家企业成员、148个地区工商局（CCI）、21个大区工商局（CRCI）、1个中央联合会（AFCCI法国工商联合会）、80个海外机构（国际网络）、500余家培训机构和3万名雇员。法国工商局将以上资源整合成为一个高效的竞争情报网络，对推动本国经济发展发挥了重要作用。在美国，大力发展竞争情报教育。在哈佛大学工商学院、西蒙斯学院、印第安纳大学、立西赫斯学院、康涅狄洲哈特福德研究中心开设了大学竞争情报课程；在波士顿大学和匹兹堡大学MBA硕士的教学中设有竞争情报分析和系统建设课程[2]。此外，美国的竞争情报服务非常专业化。如美国Bennion Group集团公司，由Bennion－Robertson、Stratford Bridge、First－To－Know和ALEVANT等4家公司组成。

第一作者简介：黄健（1959－ ），男，湖南省科学技术信息研究所研究员，湖南省竞争情报省级中心事业管理部主任，主要研究方向是情报服务、知识产权。

收稿日期：2009年6月2日。

万方数据

这4家公司针对不同用户需求，面对不同用户群体提供竞争情报服务。特别是ALEVANT公司，在会展服务以及通过会展获得竞争情报方面极具特色。竞争情报研究已在世界上成为提升国家、地区和企业竞争力的有力工具，是技术创新、战略管理和市场营销等学科的发展前沿，并逐渐形成一个以竞争情报咨询服务、竞争情报培训教育和竞争情报软件研制开发与应用为主要内容的新兴信息咨询服务业。

2 国内竞争情报服务的现状

国内CI经过20余年的发展，CI研究与推广已取得阶段性成果，CI产品和服务市场正逐步形成，竞争情报服务受到广泛关注。

一是涌现了多样的竞争情报服务主体。在地方政府的重视和支持下，国内竞争情报服务主体不断发展与壮大。1994年1月，中国科技情报学会、北京市科技情报学会、上海市科技情报学会和中国兵工情报学会等4单位联合发起，率先成立“中国科技情报学会情报研究暨竞争情报专业委员会”，开展竞争情报研究与服务工作。随着竞争情报研究的深入展开，国内还相继成立了“北京市竞争情报咨询服务中心”、“北京城市学院竞争情报研究所”等专门从事竞争情报理论研究和咨询的服务机构，涌现出了不少致力于竞争情报研究的群体，如：中国科学技术信息研究所、上海科技情报研究所、南京大学、南京理工大学、上海大学、南开大学和云南省科技情报研究所等[3]。此外，湖南省科学技术信息研究所等在企业和产业协会建立竞争情报示范基地，帮助企业开展竞争情报研究与服务工作。

二是网络环境下的竞争情报系统软件已经面世。竞争情报系统软件是依靠网络系统、为支持竞争情报活动而开发的具有一定通用性的工具软件，其目标是提高竞争情报团队的工作效率。国内软件服务商已开发出一些通用的竞争情报软件。如北大方正技术研究院开发的方正智思竞争情报系统、易地平方的知识通竞争情报系统(KWIS)、天下互联的企业情报门户系（CIPS)、赛迪数据竞争情报系统、百度eCIS和中国知网的IAS，此外还有慧点科技的Indi. web互联网竞争情报系统、五科开维公司的CPM解决方案和TRS的竞争情报雷达系统等[4]。

三是以企业为客户的竞争情报服务逐步深入。1993年10月上海科技情报研究所完成“上海轿车工业竞争环境监视系统研究”竞争情报研究课题，在我国企业竞争情报界产生了重大影响；1995年北京市科委实施的竞争情报示范工程，以中国航天科技信息研究所与中国兵器工业情报研究所为依托，对北京大华陶瓷厂、北京开关厂等单位开展了以企业竞争力评价和建立竞争情报系统为重点的竞争情报咨询服务；2000年云南省科技情报研究所与昆明理工大学合作开展了云大科技股份、云锡公司、贵研铂业股份等企业的竞争情报示范工程[5]；2007年湖南省探索“竞争情报省级中心—产业竞争情报中心—企业竞争情报中心”三位一体的竞争情报服务模式，培育了5个产业中心示范基地，6个企业中心示范基地，为63家企业提供了竞争情报服务，使企业竞争情报工作在湖南省全面铺开；2008年湖南省企业竞争情报帮助株洲南车集团在香港成功参与地铁车辆竞标，发挥了作用。

四是提出了竞争情报产业化理论。2004年华中师范大学信息管理系的邓胜利、况能富就服务概念、服务内容、服务发展趋势和注意点提出了竞争情报服务的产业化这一概念；2006年同济大学经济管理学院的施冬健更是系统地提出了竞争情报产业化的理论，指出，产业经济学是竞争情报产业化的理论基础，竞争情报产业化的内涵是以市场为导向，以竞争情报产业系统的经济效益为中心，以在高度分工基础上的专业化生产为条件，以现代科学技术为手段，将竞争情报产业的诸环节通过产业链有机地联结起来，形成一个以主导产业为核心、以龙头企业为骨干的完整的产业系统，实行竞争情报业的专业化、社会化、规模化生产，实现竞争情报产业的有效配置和规模效益。明确了竞争情报产业化内容包括竞争情报产品生产化、竞争情报产品商品化、竞争情报产品市场化、竞争情报服务经营化和竞争情报管理企业化[6]。

五是出现了竞争情报服务产业链雏形。目前在竞争情报服务上最为活跃的商业模式有竞争情报知识普及培训、会员入会的信息推送、出售多用户行业/市场分析报告和帮助企业建设竞争情报

万方数据

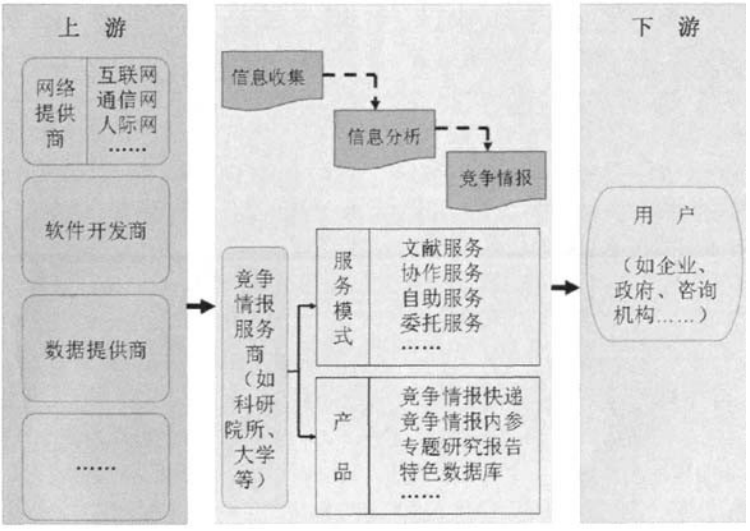

图1 湖南省竞争情报中心产业链

系统。从产业链看，竞争情报服务主体处在中游位置，而上游是各网络提供商、软件提供商、数据提供商等。下游则是各类用户。从服务收入看，主要有入会收入、培训收入、会议收入、出售报告收入、系统建设收入、咨询服务收入和情报调查收入。从服务产品来看，仍然是以信息服务为主要产品，其内容有网站、网页制作、示范基地建设、系统建设；信息服务的形式有培训，联合开发及委托服务。以湖南省竞争情报中心为例，其服务模式有文献服务式、协作服务式、自助服务式和委托服务方式。湖南省竞争情报中心产业链如图1所示。

3 竞争情报服务存在的问题

尽管我国竞争情报研究与实践取得了长足的发展，但结合笔者从事竞争情报服务工作的实践，认为我国竞争情报服务存在着如下不足。

(1)专业力量薄弱。我国竞争情报是从科技情报基础上发展起来的，因此从业人员往往重技术而轻商业情报、市场情报。同时，由于从业人员大多数是原来的科技情报人员和高校情报专业毕业生，缺乏直接参与市场竞争的实际经验和企业经营管理经验，不甚了解企业竞争情报的需求，这就导致我国竞争情报研究理论探讨与学术研究多、应用型成果少、工作方法与工作经验交流少。进而出现我国竞争情报服务的队伍规模不小、实战专家不多、整体力量薄弱的状况。

(2)竞争情报软件实用性不强。有专家通过研究和比较发现，国内研发的竞争情报软件，虽然运用了竞争情报研究的最新理论与技术成果，采用了先进的架构理念，注重信息采集和信息分析技术，但都不同程度地忽视了竞争情报的产品生成。目前，竞争情报软件虽已成为竞争情报武器库中的重要一员，但还只能承担收集、比较、压缩等简单工作，真正的分析、对信息的评价仍然需要依靠人的知识、技能和经验[7]。

(3)CI产品尚待改进。一是实用性差。如资源的搜集主要通过互联网进行，实地收集非文字性资源少，信息来源单一。二是针对性不强。对企业决策者的CI需求研究不深，对采集到的CI分析不透，所提供的竞争情报分析报告大多是相关报刊、网络等信息的定期监测搜集、编排整理，缺乏个性化内容。按照情报学“理论专家”的观点，这些内容根本算不上是情报；按照情报学“实战专家”的观点，这只能算“静态的”情报，而“静态的”情报不加上“动态的”情报，企业将对其毫无兴趣。

(4)市场规模不大。有专家认为，目前以培训为主的竞争情报服务，每年几百万元的收入根本算不

万方数据

上规模,更谈不上形成了市场。认为竞争情报市场,实际包含了传统的中介服务内容。如王汉栋研究员指出,路透社2001年的调查报告说全世界竞争情报的市场营业额约为20亿美元,而此数额就明确指明包括了各种调查和剪报,这意味着"纯粹的"竞争情报市场营业额没有达到20亿美元。目前,国内生产出来的竞争情报产品的市场规模依然不大,依靠提供竞争情报产品和服务取得的经济效益尚不能说可观。湖南省竞争情报中心目前的运行主要依靠政府财政支持。

4 推进我国竞争情报服务的建议

竞争情报服务的目标是要构建一个具有优势特征的竞争情报经济体系,即在比较完善的市场机制的基础上,通过竞争情报的市场化、社会化、集约化建立现代竞争情报产业体系。竞争情报服务是一种必须有利润的投入产出经济活动,必须能让用户获得实际收益的服务,让用户感觉竞争情报的价值,并乐于为其"买单"。唯有如此良性循环,竞争情报服务才能健康、持续,竞争情报产业及产业化才能自然形成。鉴于此,笔者认为,在现阶段,要脚踏实地,从基础做起,推动竞争情报服务工作。

(1)与企业联手合作,掌握竞争情报需求

高水平的竞争情报人员不仅要掌握竞争情报理论、竞争情报应用等知识,更要熟悉用户及其行业的技术,知晓企业的生产、经营、管理。而科技情报人员从事竞争情报工作,面临知识结构单一、生产实践经验不足等问题,难以满足企业需求。因而时常出现企业要一杯沸开水,而服务主体提供的却只是一杯温开水的现象。为解决这一问题,CI服务主体可与企业联合共同开展的竞争情报应用。一方面CI服务主体要制定并公布详细的、有针对性的CI服务方案,并邀请最了解行业、市场和竞争对手,对竞争情报最敏感、最具识别能力的亲身参与市场竞争的企业人士参与情报分析、研究的过程,使企业充分了解、掌握CI服务主体的意图,促使企业在分析研究过程中完善自己的需求,便于CI服务主体不断修正研究方案,形成最符合企业实际需求的竞争情报产品。另一方面,CI服务主体也可派驻专业人员至企业内部,帮助企业更好地运用竞争情报产品,对企业在竞争情报产品使用过程中出现的问题进行分析与解答,并根据企业使用情况对产品效果进行总结与评定,促进竞争情报产品效率最大化。CI服务主体与企业联合开展竞争情报应用,不仅可以第一时间掌握用户需求,实现知识互补、优势互补,而且可以快速、准确地满足企业所需。此外,还能加快竞争情报基础建设,扩大竞争情报的影响,加速竞争情报服务的推广。

(2)加强情报调研分析,提高情报产品质量

优良的竞争情报不一定是长篇大论,有时一条简短的情报足以使竞争对手的竞争优势发生变化。目前,有的CI主体在认定监控是竞争情报的一大任务后,过分强调监控,刻意扩大与信息咨询服务的区别,推送的竞争情报产品很多是互联网等媒体信息的重复和变体。特别是采用软件监控后,在服务上解决了信息的"量",但却没有解决情报的"质",用户得到的仍是海量信息,无所适从,从而也影响了用户对竞争情报需求的期许。这就要求CI服务主体要投入足够力量,把信息加工成为情报。一方面,CI服务主体要对信息收集渠道进行统一管理,全面整合存在组织内部和外部的信息收集渠道,注重人脉关系的梳理和追踪,特别加强情报的现场调查和调研分析,从而保证信息的全面性,提高情报和情报产品的质量。另一方面,要丰富情报产品的表现形式,根据用户不同层次的情报需求,探索不同周期的情报产品,建立情报产品和情报信息之间的关联,形成快速生成情报产品的手段,改进研究效率,提高情报需求响应速度,为用户提供更快、更准确的情报服务。如湖南省竞争情报中心为用户提供的竞争情报产品就包括每日竞争情报、竞争情报快递、竞争情报内参、专题研究报告等。

(3)突出重点、建设标杆,完善CI服务模式

目前,国内的专业竞争情报服务机构还都处于起步阶段,论实力、信誉、业绩都难以使企业信服。这就要求竞争情报服务机构要对自身优势进行合理评价,对竞争情报服务市场做出理性判断。发展用户要先易后难,要把最精、最强的力量投入到用户培育之中。要为重点客户做好全面服务,形成标杆模式,从而形成符合我国国情的CI服务模式,并逐步推广应用。湖南省竞争情报中心

万方数据

在竞争情报服务过程中，探索了重点分布式、独立式、集中式、分散式4种服务模式，确立了示范带动策略，选择本省重点产业及其龙头企业，建立产业竞争情报中心企业竞争情报示范基地，并以点带面，在全省普及竞争情报（图2，图3）。如2008年依托湖南省有色金属工业总公司建立了湖南有色金属竞争情报中心，为其提供技术支撑，联合建立了有色金属产业竞争情报系统。通过该系统把具体的、有针对性的竞争情报服务推送到湖南省内外的有色金属相关企业。2008年，广东省云浮硫铁矿企业集团公司利用湖南省有色金属产业竞争情报系统提供的竞争态势分析专题报告取得了较好的经济效益和社会效益。

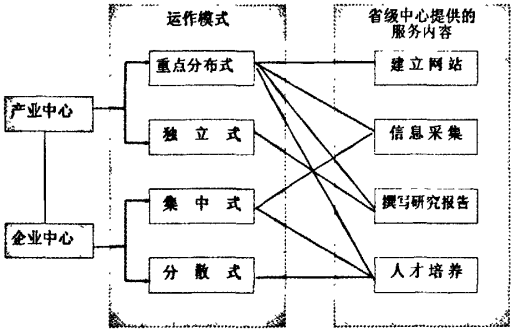

图2 湖南省竞争情报中心运作模式及服务内容关联图

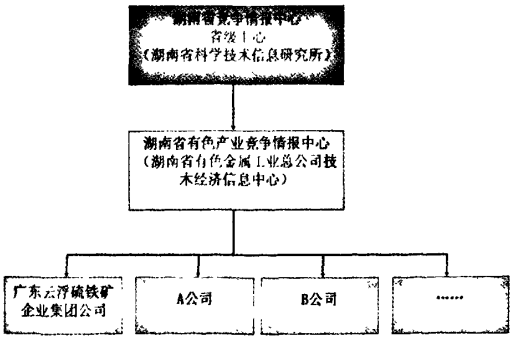

图3 湖南省竞争情报中心重点分布式模式运行图

（4）跳出科技情报服务模式，融合各路情报精英

近年来，在百度、中国网络情报中心、TRS、赛迪数据等一批CI系统开发与服务商的努力下，大陆相继推出了第一代国产CIS软件产品，并在100多家企业的信息化建设得到推广应用。但总体来看，这些CIS软件产品最主要的功能还是实现对来自于Internet、人际网络、企业内部等各种渠道的相关信息整合，不能完全代替手工加工，信息语义分析和信息所含情报提取和分析仍取决于人的智力参与。要实现竞争情报服务的时效性、实战性，就要求CI服务主体跳出科技情报服务模式，融合其他行业的专业人士加入竞争情报服务队伍[8]。随着竞争情报的推广，越来越多的其他行业人员涉足竞争情报服务领域。如博锐奕典信息技术（北京）有限责任公司董事长张世平，曾经是某特种部队参谋长，在部队有着16年情报工作经验，他尝试将军事情报的思路和方法运用于企业的竞争情报领域，已成为国内著名的竞争情报实战代表人物、国内著名企业竞争情报的研究与培训专家。又如著名商业竞争情报专家陈彪峰，退役前是上海市公安局警官，有着丰富的竞争情报实战经验，为10多家跨国公司及国内大型企业做过“企业竞争情报”培训，广受欢迎。此外，会计事务所、税务事务所、媒体等机构均可融合成为竞争情报的联合体。各路情报精英的加入，必将突破科技情报的定式思维，形成一股推动我国竞争情报产业做大做强的冲击波。

5 结 语

竞争情报能够增强国家、地区和生产经营者的竞争力。对此，全球范围内已渐成共识。但要使竞争情报服务在我国取得更大的实效，必须以务实的态度、创新的方法，跳出科技情报的原有工作模式，吸收国内外竞争情报服务的先进理念和操作方法，纠正竞争情报服务功效的夸大宣传，摒弃围绕竞争情报服务所作的文字游戏，让我国各行各业的生产经营者从竞争情报服务中获得真正收益。竞争情报服务要在我国做大做强，必须产生很多实效的案例，得到众多生产经营者的满意和肯定。

参考文献

[1] Werther G. Building an“Analysis Age” for Competitive Intelligence in the 21st Century[J]. Competitive Intelligence Review,2001,12(1).

[2] 湖南省竞争情报中心．赴法国竞争情报访问考察报告[R]. 2009. 6.

万方数据

[3] 彭靖里,邓艺,刘建中,等. 当前国内外竞争情报产业的发展情况. [EB/OL]. [2009-03-10]. http://www.360doc.com/content/060802/12/10248_171361.html.

[4] 梁冰,赵泽江. 国内竞争情报软件比较评价研究[J]. 情报杂志,2007(6):70-72.

[5] 彭靖里,邓艺,刘建中. 国内外竞争情报产业的发展与研究述评[J]. 情报理论与实践,2005(4):444-448.

[6] 施冬健. 竞争情报产业化理论探析 [J]. 情报杂志,2006(1):105-108.

[7] 王汉栋. 国外竞争情报动态纵览 [J]. 软件工程,2003(11):26-29.

[8] 邓胜利,况能富. 竞争情报服务产业化发展研究[J]. 情报科学,2004(4):407-410.

The Thinkings of Advancing Competitive Intelligence Service in China

Huang Jian, Ma Junying, Miao Lei

(Hunan Institute of Scientific and Technical Information, Changsha 410001)

Abstract: The competitive intelligence has somewhat developed into the information research and service for enhancing market competitive power and also has been applied in wide fields in the world. The competitive intelligence service has been paid much attention by experts more and more in many counties. This article summarized the actual state of competitive intelligence service in China, discussed the weak links of competitive intelligence service. Finally with the practice experience in competitive intelligence and using the service model of Hunan Competitive Intelligence Center, the authors put forward their opinions and strategies on advancing competitive intelligence service in China.

Keywords: competitive intelligence, competitive intelligence service, information research

2009年情报学在职研究生课程进修班正在招生

中国科学技术信息研究所举办的情报学在职研究生课程进修班,围绕情报学的最新发展和实践,讲授涵盖信息资源的开发、利用、组织和管理,信息技术的运用,信息分析方法和手段等内容。主要课程设置是:自然辩证法、英语、信息研究方法、信息资源检索、战略管理、数字图书馆理论与实践、数据挖掘与决策支持、竞争情报方法及案例分析、信息政策与法律研究、现代咨询理论与实践、文本信息分析技术、专利及专利信息利用等。本进修班招生对象是具有大学本科学历并获得学士学位3年以上、在本专业领域取得成绩者。开班后18个月内完成全部课程,每周六、日上课。视课程内容不同,分笔试(开卷或闭卷)、撰写专题综述报告(或论文)等方式进行考核。学完规定课程且考试成绩合格者,将获得中国科学技术信息研究所颁发的"研究生课程进修班结业证书"。取得"研究生课程进修班结业证书"并通过全国统一组织的外语水平考试和专业综合水平考试后,可进入学位论文撰写阶段,通过论文答辩并符合相关要求者可获得管理学(情报学专业)硕士学位(费用另外缴纳)。进修学费:15000元/人(不含教材、资料费)。

报名时间:2009年6月1日-8月31日

报 名 费:200元/人

报名地点:北京复兴路15号办公楼三层327室中国科学技术信息研究所研究生部

报送材料:所在单位介绍信、本人身份证、毕业证书及学士学位证书的原件和复印件(原件阅后退回),近期免冠照片一寸2张、二寸2张,以及能表明本人学术成就的材料。

垂询电话:58882327 58882051 58882080

传 真:58882080

联 系 人:王老师、赵老师、雷老师

万方数据