

贵州省大数据资源开发利用的竞争情报解决方略

钟元贵^{1,2} 陈峰¹

(1. 中国科学技术信息研究所, 北京 100038; 2. 中共贵州省委政策研究室, 贵州贵阳 550002)

摘要: 本文旨在从贵州战略全局顶层设计和提出具有可操作性举措的双重角度, 思考求解推动贵州发展竞争情报与促进大数据产业应用交互促进、实现可持续发展的战略和举措问题, 这既是已有竞争情报和大数据资源开发利用领域研究的拓展深化, 也是基于求解现实工作问题的思考研究。通过文献资料研究、专家组讨论、专项调研、代表性竞争情报用户需求访谈相结合的方法, 研究贵州大数据资源开发利用的竞争情报解决方略的主要问题。提出竞争情报解决方略: 在确立正确认知基础上, 从系统工程顶层设计和竞争情报系统构建视角, 确定指导思想和总体目标, 进行组织体系设计, 设立专职机构, 使之成为贵州大数据竞争情报应用的倡导引领者、重大问题研究者、专业人才培养者、竞争情报产品与服务提供示范者、宣传推广者, 激发、培育、创造贵州的竞争情报需求, 推动贵州涌现越来越多的竞争情报最佳实践单位, 推动贵州竞争情报工作与大数据资源开发利用工作交互促进与可持续发展。

关键词: 竞争情报; 竞争情报应用研究; 竞争情报服务; 大数据; 资源开发利用; 竞争情报用户需求; 解决方略; 贵州省

中图分类号: G350

文献标识码: A

DOI: 10.3772/j.issn.1674-1544.2017.02.010

On the Strategy Oriented Competitive Intelligence for Big Data Resources Development and Utilization in Guizhou Province

ZHONG Yuanguai^{1,2}, CHEN Feng¹

(1. Institute of Scientific and Technical Information of China, Beijing 100038; 2. Research Room of Guizhou Province Committee of the Communist Party of China, Guiyang 550002)

Abstract: From the angle of both global strategy and top-level design of Guizhou province of China, studies on strategy and methods about promoting both competitive intelligence work and big data resources development and utilization interactively, will extend the new research field both in competitive intelligence and big data resources development and utilization domain, and is significant for both academic research domain and practical work. Four kinds of research methods including literature research, expert group discussion, special investigation and interview on typical users in competitive intelligence were using in the studies. The main points of conclusion about the strategy oriented competitive intelligence for big data resources development and utilization are: setting up the correct cognition, guiding ideology, and overall goal; establishing a special organization that play multiple roles including pilot, research institute, professional personnel training institution, model, demonstrator and propagandist; promoting more and more competitive intelligence best practice units emerging, and promoting sustainably both competitive intelligence work and big data resources development and utilization interactively in Guizhou province.

Keywords: competitive intelligence, applied research on competitive intelligence, competitive intelligence service, big data, resources development and utilization, competitive intelligence user demand, strategy, Guizhou province

作者简介: 钟元贵(1969—), 男, 中国科学技术信息研究所站博士后, 中共贵州省委政策研究室办公室主任, 博士, 研究方向: 竞争情报、应用经济学; 陈峰*(1965—), 男, 中国科学技术信息研究所研究员, 博士生导师, 博士后合作导师, 主要研究方向: 竞争情报、技术预见、科技政策与发展战略。

收稿日期: 2016年11月18日。

1 引言

随着世界各国从传统农业经济与工业经济向现代知识经济的加速升级，以及信息技术的快速发展，大数据已经成为越来越重要的战略资源。美国、英国、法国、德国、日本等传统科技经济强国先后出台政策法规，将发展大数据上升为国家战略。鉴于发展大数据对于国家未来竞争优势的重要性，国务院于2015年9月5日发布了《国务院关于印发促进大数据发展行动纲要的通知》，正式将发展大数据确定为国家战略。上海、广东、重庆、浙江等多个省市先后将发展大数据确定为所在省市的重大战略，采取若干重大举措大力发展大数据产业，使大数据成为引人注目的高增长领域。鉴于改革开放以来多次出现的“一哄而上、一哄而散”现象，大数据产业怎样实现可持续发展自然成为必需考虑的问题。关于我国大数据产业如何扬长避短、如何聚焦重点、怎样避免误入歧途从而实现可持续发展，国家信息化专家咨询委员会委员、国家信息中心专家委员会主任宁家骏强调指出：“中国推动大数据产业，一定要聚焦在应用上，这是大数据产业的核心。大数据的核心说到底还是“用”，而不在于数据中心放在哪。”^[1]

在我国争相发展大数据的省份中，贵州省是推进大数据发展力度最大、产业规模最大、影响最大的省份之一。贵州省已经将大数据和大扶贫确定为“十三五”期间的重大战略。《贵州省大数据产业发展应用规划纲要（2014—2020年）》明确将“以大数据应用作为产业发展的战略引领，努力建成全国领先的大数据资源集聚地和大数据应用服务示范基地，为贵州省经济社会加速发展、加快转型、推动跨越提供有力支撑”作为指导思想^[2]。

竞争情报是将数据信息原料转化为决策谋略的过程和产品，是将大数据转化为财富的重要手段，是开发利用大数据资源的重要抓手。竞争情报理论方法怎样应用于大数据资源开发利用，是近年来竞争情报界研究与实践的焦点问题。国内

外竞争情报界召开的多个重要会议都将大数据的开发利用作为会议主题或议题，如中国科学技术情报学会竞争情报分会2013年中国竞争情报年会的主题就确定为“大数据时代下的竞争情报服务”。国内外多位竞争情报界学者开展了大数据开发利用的研究并产出一批重要研究成果。代表性成果如王晓艳的硕士论文《大数据下企业竞争情报系统构建研究》^[3]、缪其浩的《大数据将如何影响竞争情报》^[4]、吴金红等的《大数据：企业竞争情报的机遇、挑战及对策研究》^[5]、张秀梅的《大数据环境下竞争情报服务体系构建》^[6]等。万方数据、中国化工信息中心、惠普等企业还推出了大数据环境下的企业竞争情报服务专用软件。

贵州省发展大数据是近几年的事情。贵州省经济相对落后、竞争情报水平相对落后。从国内外竞争情报界现有的研究来看，从贵州省发展大数据产业的全局出发、结合贵州省竞争情报的现实情况，开展大数据资源开发利用研究的还很少。在此背景下，站在贵州省全局高度，本着为贵州省发展竞争情报与促进大数据产业应用互动耦合提供战略参考的思想，开展贵州省大数据资源开发利用之竞争情报解决方略研究，显然既有学术价值也有现实意义。

利用文献资料研究、专家组讨论、专项调研、代表性竞争情报用户需求访谈相结合的方法，对贵州省大数据资源开发利用之竞争情报解决方略问题进行了研究。在文献资料研究方面，主要研究了竞争情报界有代表性的大数据开发利用与竞争情报关系研究相关的期刊论文和会议论文。在专家组讨论方面，作者通过与国内竞争情报专家、大数据研究专家围绕怎样面向竞争情报服务需要开发利用大数据资源进行了专题讨论。在专项调研方面，作者曾到贵州省与贵阳市软件行业协会进行专项调研，与20多位会员围绕贵州省大数据资源开发利用与贵州竞争情报工作相互促进的内容进行了座谈调研。在代表性竞争情报用户需求访谈方面，笔者从企业、政府部门、基层产业扶贫领域3个典型用户群体中，各选择

一位代表,就其在大数据环境下对竞争情报特定需求进行了访谈。在此基础上,开展了贵州省大数据资源开发利用之竞争情报解决方略相关问题研究。

2 确立共识的认知

在竞争情报理念及其理论方法指导下,通过加强竞争情报服务工作提高大数据资源开发利用水平、实现竞争情报服务与大数据资源开发利用相互促进、互动耦合,是大数据资源开发利用之竞争情报解决方略的核心思想和总体目标。实现预期目标既有赖于正确的认知也有赖于正确认知指导下的实践行为。无论是大数据还是竞争情报,对于贵州省来说都是新生事物。既然是新生事物,确立正确的认知就是开展正确工作的前提,就是对怎样“做对的事情”这一战略层面问题的思考求解。只有在怎样“做对的事情”问题上的正确认知,“把事情做对”这一战术上的、操作层面的工作才能收到预期的成效。这方面的正确认知,至少应包括哪些方面是大数据资源开发利用的竞争情报应用、大数据资源开发利用的主线和纲目是什么等。

2.1 竞争情报需求的大数据资源

大数据具有数据体量巨大、数据类型繁多、数据价值密度低、处理速度需求快的特征。大数据的应用领域包括消费行业、金融服务、食品安全、医疗卫生、教育、军事、交通环保、电子商务、气象等。应用服务群体包括个人、企业、科研机构、政府部门等。但这些应用不全是竞争情报的需求。服务于个人生活便利、提升公共服务效率、提升军队和国家安全战斗力等诸多应用都不是竞争情报需求牵引的大数据资源开发利用重点领域。只有那些直接服务于竞争情报需求的才是面向竞争情报的大数据资源开发利用的重点领域。确立这个认知是探讨贵州省大数据资源开发利用的竞争情报解决方略的基本前提。

2.2 竞争情报利用大数据资源服务的对象

竞争情报需求视角下大数据资源开发利用的主要服务对象就是贵州省竞争情报用户,目的

是更好地满足竞争情报用户的需求。按照竞争情报相关研究,竞争情报的功能主要包括环境监视与预警、了解竞争对手、提供决策支持、定标比超、反竞争情报与商业秘密保护等^[7]。在竞争情报需求视角下,贵州省大数据资源开发利用的主要服务对象就是那些对竞争情报功能有需求的竞争情报用户,包括企业、政府部门、科研机构、教育部门、智库、咨询与服务机构、创业者、有脱贫致富需要的村官与科技特派员等群体^[7],聚焦竞争情报用户需要求解的竞争情报问题,以竞争情报用户的情报需求牵引为大数据资源开发利用的主线,是探讨贵州省大数据资源开发利用的竞争情报解决方略的另一个重要的认知前提。

2.3 大数据资源为用户可提供的竞争情报侧重点

大数据应用既可以推进竞争情报用户具体业务层次的业务发展(如营销、舆情监控等),也可以推进竞争情报用户竞争情报工作的总体发展。就本文而言,主要关注的是,怎样从总体上推动贵州省竞争情报工作的发展,侧重点在战略层面而非战术层面上,探讨面向竞争情报需求的大数据资源开发利用顶层设计,以及大数据资源为竞争情报服务采取的可操作性举措等。

3 竞争情报需求大数据资源开发利用的顶层设计

3.1 指导思想与总体目标

通过文献资料研究、专家组讨论、专项调研、代表性用户需求访谈相结合的研究,面向竞争情报需求服务的贵州省大数据资源开发利用顶层设计的指导思想确与总目标归纳为:将面向竞争情报需求服务的贵州省大数据资源开发利用看作一项系统工程,基于竞争情报系统构建与运行机理,面向贵州省跨越式发展、与全国同步奔小康的战略需要,激发、培育、创造贵州省竞争情报需求,以贵州省竞争情报需求为牵引,以推进大数据在竞争情报领域的应用为主线,让贵州省企业、政府部门、科研机构、教育部门、智库、咨询与服务机构、创业者、有脱贫致富需要的村

官与科技特派员等竞争情报用户群体快速提升竞争情报专业工作水平，涌现出一批竞争情报服务与产品提供专业机构和最佳实践机构，实现提升贵州省竞争情报工作水平与大数据资源开发利用互动耦合、相互嵌入、相互支撑、共同发展。

3.2 组织体系

按照竞争情报系统构建与运行理论^[8-11]，组织体系设计是竞争情报系统构建不可或缺的工作，是贵州省面向竞争情报需求服务的贵州省大数据资源开发利用工作能够持续推进并优化的关键。

根据竞争情报系统建设之组织机构设计机理，在贵州省设计建立一个类似企业竞争情报部门的大数据竞争情报应用机构是必须的。这个机构的名称姑且可称为“贵州大数据竞争情报应用研究中心”。依托这个专业机构，按照“小核心、大网络”的原则，可建立能够体现面向竞争情报需求服务的贵州省大数据资源开发利用顶层设计指导思想、牵头朝着实现总体目标迈进的组织网络。

“贵州大数据竞争情报应用研究中心”应该扎根于贵州省本土，在引领面向竞争情报需求服务的贵州省大数据资源开发利用工作方面具有威望、权威性和便利条件，能得到贵州省的企业、政府部门、科研机构、教育部门、智库、咨询与服务机构、创业者、有脱贫致富需要的村官与科技特派员等竞争情报用户群体的普遍认可和支持。

3.3 大数据竞争情报应用研究中心的设立

在贵州省设立一个类似企业竞争情报部门的大数据竞争情报应用机构的做法，包括在政府部门序列中设立、在事业单位序列中设立、按照企业设立、按照社团机构设立、按照研究机构设立等。从成立机构的难易程度、权威性、公信力、承载引领贵州省大数据竞争情报开发应用使命的胜任度、开展相关工作的便利程度、机构可持续发展性等综合因素考虑，也考虑贵州省有条件、有意愿候选单位的现实情况，认为依托贵州省一家著名大学的大数据学院，成立大数据竞争情报

应用研究中心是合理的选择。

4 大数据竞争情报应用研究中心的工作模式

4.1 性质与任务

大数据竞争情报应用研究中心定位为非营利机构，主要从事大数据竞争情报相关问题研究、人才培养、专用软件工具开发、产品与服务提供、咨询、宣传推介等业务，主要使命是激发、培育、创造贵州省竞争情报需求，引领贵州省竞争情报工作与大数据资源开发利用工作交互促进、持续发展，通过高水平的研究和人才培养、专业化的竞争情报产品与服务提供示范，带动面向竞争情报需求服务的贵州省大数据资源开发利用工作持续深入，使贵州省涌现越来越多的竞争情报最佳实践单位，助推贵州省大数据战略和脱贫创富跨越式发展战略目标的实现。

4.2 工作机制

根据大数据竞争情报应用研究中心定位与使命，按照“小机构、大网络、小核心、大外围”的指导思想，确定机构核心成员，核心成员包括领导成员、专家组、专职人员等，领导成员与专家组成员确定中心工作章程、议事机制、重大事务决策机制、日常业务运作等重要事项。

4.3 业务工作要点

大数据竞争情报应用研究中心业务主要包括专题研究、人才培养、专用软件工具开发、产品与服务提供、咨询、宣传推介等。

在专题研究方面，在研究跟踪国内外竞争情报界前沿理论（如产业竞争情报^[12]、技术竞争情报^[13]、政府竞争情报、区域竞争情报^[14]、国家竞争情报等）基础上，重点研究贵州省竞争情报用户及其需求。在深入了解竞争情报用户需求的基础上，基于大数据资源提供符合用户需要的竞争情报产品及其服务。

“授人于鱼不如授人于渔”。大数据竞争情报应用研究中心的重要使命是提高贵州省各群体的竞争情报意识，通过激发、培育、创造竞争情报的需求，让更多的潜在竞争情报用户群体转化为显性的、现实的竞争情报用户群体，让已经有

一定基础的竞争情报用户的隐性需求转化为显性需求,让众多的竞争情报用户通过提升自身竞争情报能力、提升其竞争情报自给自足能力,进而培育贵州省本地竞争情报产业链和市场的发展壮大,从而提升贵州省竞争情报工作的总体水平,而不是为贵州省所有用户提供竞争情报产品与服务并试图满足所用用户的竞争情报需求。这就要求贵州大数据竞争情报应用研究中心将培养人才、开展在职培训、宣传推介、咨询等工作放在重要地位大力推进。

在手段决定内容的时代,大数据资源开发利用和竞争情报专业工作都高度倚重专用软件工具的开发^[15],这就要求大数据竞争情报应用研究中心既要采取“拿来主义”直接使用现有的软件工具为我所用,更要结合贵州省实际、根据用户需要开发为用户量身定制的专用软件工具。

在中国竞争情报事业创建20多年的发展过程中,北京^[16]、云南、深圳、湖南等省市先后实施了政府推动的竞争情报示范工程,对于快速提升特定地区和群体竞争情报意识、推进竞争情报实践起到了重要的推动作用^[17]。针对贵州省实际情况,在省内开展竞争情报示范工程既有操作性又能在短时间内取得良好的宣传效果,这是大数据竞争情报应用研究中心应该考虑优先推进的重要工作。

5 竞争情报用户利用大数据资源的需求特点

鉴于识别竞争情报用户需求的极端重要性,有必对典型用户竞争情报需求进行分析,从而更好了解面向竞争情报需求的大数据资源开发利用的要点。在贵州省众多竞争情报用户群体中,遴选企业、政府部门、产业扶贫领域3个典型用户群体的代表性竞争情报用户,对其竞争情报需求进行阐述分析,从而更好地了解面向竞争情报用户需求特性及其相关的大数据资源开发利用要点。

5.1 企业竞争情报用户的需求

A是贵州省一家企业的副老总,所在企业是一家以军工产品为主的国企。该企业一直以生产军工产品为主,主打产品是控制器,是一种军民

两用产品。近年来,为了响应国家推进军民融合战略,A老总所在企业决定大力开拓控制器的民用市场,对竞争情报的需求日益迫切。2016年10月,A老总参加了前不久在中国大连高级经理学院举办的“大数据竞争情报理论与实战高级研修班”。笔者在为其授课期间对其竞争情报需求进行了调研。调研的主要问题有企业决策者最需要哪些竞争情报、目前社会上面向企业推介的大数据产品在多大程度上满足决策用户的竞争情报需求等。

A老总认为,所在企业控制器开拓民品市场所需要的竞争情报非常具体,要求围绕选定的竞争对手,提供国内外控制器民用市场的产业特性、技术概况与趋势、竞争对手企业产品市场与销售、用户需求等相关的竞争情报。对于当前的一些外部机构提供的大数据信息服务,包括声称的大数据竞争情报服务,提供了前所未有的信息,对工作无疑是有帮助的。但所提供的产品基本处于信息数据原料层次,与本企业的相关性不够,很多企业需要的情报信息无法提供,与本企业所需要的竞争情报还有比较大的距离。如果针对企业竞争情报需求提供产品和服务,就会供需两旺,包括自己企业在内,贵州省众多企业都能接受有偿服务。这些服务包括提供定制的专题竞争情报产品和服务、根据企业自身需要开发量身定制的软件工具、建设竞争情报系统、专题咨询、培训等。

对A老总的调研分析表明,企业用户在决策时需要的竞争情报具有与求解的问题高度相关、针对性很强、聚焦特定的情报课题,能够真实、及时、充分满足具体的要求。社会上所提供的大数据产品一般不是针对特定企业、特定竞争情报课题的,只是原料和素材层次的信息,还不能直接为用户决策使用。只有经过匹配特定用户需求的收集分析、真假甄别、研判、智力增值等,才能转化形成适合用户需要的竞争情报,才能通过用户决策使用产生价值。

5.2 政府竞争情报用户的需求

B是贵州省政府机构一家政策研究机构的官

员，所在的政策研究室是为省高层领导提供决策服务的专职智库机构。领导对该单位的要求是“深入基层搞调研、服务大局出思路、研究走在问题前面、当好智囊团和参谋部”。对照竞争情报“名”与“实”分离现象^[20]，无“名”有“实”的竞争情报需求旺盛。这些需求几乎都是问题导向，要求围绕特定的具体问题，及时了解一手信息，发掘信息背后的情报含义，为求解问题提供决策支持与管理咨询。当前一些外部机构提供的大数据信息服务，能够使自己在短时间内了解大量信息，对自己的工作是有帮助的，但信息碎片多，围绕具体问题的信息少，对信息背后的情报含义发掘得不够深刻。

只要外部机构提供的服务能真正达到竞争情报服务的层次，是可以付费购买相关服务的，这方面的需求是很大的。例如大力发展茶产业是实现贵州省脱贫致富的重要抓手。而大力发展茶产业，开展诸多重大战略决策，都需要充分翔实的茶产业竞争情报支撑。这些茶产业竞争情报包括：贵州省茶产业在全国产产业的地位和竞争态势；贵州茶产业的市场增长点；怎样培育贵州省茶产业全国乃至世界名牌产品；贵州省提升黔茶国内市场和国际市场竞争力政府应采取哪些战略举措等。但目前大数据能够提供的或者是全国的茶产业研究报告以及专门针对贵州省的很少，或者只是某个企业、某个产品的碎片性信息，这对于支撑贵州省政府决策需要的产业竞争情报还有很大的距离。将大数据提供的信息应用起来，还必须按照竞争情报用户的特定需求，开展大量的信息收集、真假甄别、研判、智力增值等工作。

5.3 产业扶贫领域竞争情报用户的需求

C是贵州省某政府部门官员，为了实施贵州省彻底脱贫战略，目前被单位委派到某贫困县挂职副县长，主要任务是通过发展优势产业带动全县脱贫致富。C认为，招商引资是自己的重要工作，对于项目的评估是典型的竞争情报问题。在上马一个项目前，需要对项目的技术来源、技术成熟度、产业化程度、产品市场竞争力、产业在该县的可持续发展情况进行综合研判。当前一些

外部机构提供的大数据信息服务，对于自己关注的招商引资项目提供的信息对自己的工作有一定的帮助，但很难达到自己的要求，还必须专门组织力量开展专项工作才能解决。如果外部机构能按照要求提供竞争情报服务，将数据转化为现实财富，这方面的需求是很大的。

C举例说，社会上有提供项目成果转化信息服务的机构，这些机构提供的项目成果信息无所不包，但很多项目（如无人机制造、3D打印、核能技术、电动汽车等）是自己所在的县无法承接的，而自己所在县最需要的是食品加工类项目。服务机构提供的信息虽然部分涉及食品加工项目，但有些信息（如技术参数）的真实性无法确认，有些重要的信息内容（如产品市场盈利能力情况）没有涉及。只有有了确切实用的信息，才能成为真正的竞争情报，才能确定是否进入招商引资谈判实施阶段。而从过往招商引资项目来看，无一不是在数据信息素材基础上进行深入细致的竞争情报工作才进行决策的。

5.4 面向竞争情报需求服务的大数据资源开发利用的特点

从企业、政府部门、产业扶贫领域3个代表性用户群体的代表性用户竞争情报需求来看，大数据的兴起会在一定程度对用户的现有工作提供帮助，能将大数据转化为竞争情报是质的飞跃，价值也会大幅提升，这个需求和市场是非常巨大的。但从大数据原料到竞争情报还必须经过一个转化过程，这个过程既有赖于数据原料质量的提高，也有赖于专业竞争情报工作者对数据信息原料的判读和智力增值。只有经过专业竞争情报工作者的有效判读和定向智力增值，才能将大数据原料转化为用户需要的竞争情报，才能实现竞争情报与大数据资源开发利用的交互增长。

6 结语

（1）贵州省大数据资源开发利用的竞争情报解决方略的要点主要是：在确立正确认知基础上，从系统工程顶层设计和竞争情报系统构建视

角,确定指导思想和总体目标,进行组织体系设计,设立专职机构,使之成为贵州省大数据竞争情报应用的倡导引领者、重大问题研究者、专业人才培养者、竞争情报产品与服务提供示范者、宣传推广者,激发、培育、创造贵州的竞争情报需求,推动贵州省涌现越来越多的竞争情报最佳实践单位,推动贵州省竞争情报工作与大数据资源开发利用工作交互促进、持续发展。

(2) 怎样推动贵州省发展竞争情报与促进大数据产业应用互动耦合、求解贵州省大数据资源开发利用之竞争情报解决方略既是笔者开展学术研究探讨的理论问题,也是笔者近年来开展的实际工作,实际工作目前正朝着笔者预期的目标推进。

(3) 借助贵州省发展大数据产业的战略机遇,顺应脱贫创富跨越式发展对竞争情报的需求大势,快速提升竞争情报总体水平,推进竞争情报与大数据资源开发利用交互促进、可持续发展,对于贵州省实施大数据与大扶贫两项重大战略具有重大意义。本文仅从“做对的事情”的战略角度,对贵州省大数据资源开发利用的竞争情报解决方略问题进行初步的思考,其中涉及的大量问题还需要做进一步深入的研究。

参考文献

- [1] 夏旭田.大数据产业重在应用 防止盲目建设数据中心[EB/OL].[2016-11-09].<http://tech.sina.com.cn/it/2016-01-13/doc-ifxnkkuv4486730.shtml>.
- [2] 贵州省经济和信息化委员会,中共贵州省委国防工业工作委员会.贵州省大数据产业发展应用规划纲要(2014-2020)[EB/OL].[2016-11-09].http://www.gzjxw.gov.cn/zwgk/xxgk/xxgkml/ghjh/fzgh/201404/t20140429_2194.html.
- [3] 王晓艳.大数据下企业竞争情报系统构建研究[D].哈尔滨:黑龙江大学,2015:1-67.
- [4] 缪其浩.大数据将如何影响竞争情报[J].竞争情报,2013春季刊:1.
- [5] 吴金红,张飞,鞠秀芳.大数据:企业竞争情报的机遇、挑战及对策研究[J].情报杂志,2013,32(1):5-9.
- [6] 张秀梅.大数据环境下竞争情报服务体系构建[C]//中国竞争情报事业暨第20届中国竞争情报年会论文集.北京:中国科学技术情报学会竞争情报分会,2014:83-91.
- [7] 陈峰.竞争情报理论方法与应用案例[M].北京:科学技术文献出版社,2014:3-17.
- [8] 包昌火,包琰.中国情报工作和情报学研究[M].北京:科学出版社,2014:310-405.
- [9] 胡星光,包昌火.竞争情报解决方案:企业竞争情报系统和竞争情报技能[M].北京:兵器工业出版社,2002:1-268.
- [10] 陈峰.论企业竞争情报系统的构建与运行:兼做企业竞争情报解决方案[J].情报理论与实践,2002,25(3):190-193.
- [11] 张译中.一个世界500强企业的竞争情报工作[J].图书情报工作,2007,51(11):14-16.
- [12] 陈峰.产业竞争情报理论方法研究综述[J].情报理论与实践,2014,37(10):139-144.
- [13] 慎金花,温娇娇,杨锋,等.基于CSSCI的我国技术竞争情报研究领域前沿与研究热点可视化分析[J].竞争情报,2015,11(6):39-46.
- [14] 史敏.区域产业竞争情报系统构建及优化研究[M].长沙:湖南省科学技术出版社,2011:1-142.
- [15] 夏哲.基于智能引擎的大情报平台:HP Autonomy 智能化解决方案[C]//中国竞争情报事业暨第20届中国竞争情报年会论文集.北京:中国科学技术情报学会竞争情报分会,2014:92-100.
- [16] 张典耀.对北京市竞争情报示范工程的回顾与思考[C]//中国科学技术情报学会竞争情报分会1999年会论文集.北京:中国科学技术情报学会竞争情报分会,1999:4-7.
- [17] 彭靖里,李志忠,杨斯迈,等.对我国实施竞争情报应用示范工程的回顾及反思[J].竞争情报,2015,11(2):13-21.
- [18] 包昌火,李艳,王秀玲.竞争情报导论[M].北京:清华大学出版社,2011:49-51.
- [19] JAN P Herring. Building a business intelligence system[J].Journal of Business Strategy,1998,9(3):4-9.
- [20] 陈峰.基于“名”与“实”分离现象解析的竞争情报用户真实需求识别模型[J].情报理论与实践,2014,37(8):1-5.