

专业图书馆开展竞争情报服务的调研分析

李芳菊 陈 峰

(中国科学技术信息研究所, 北京 100038)

摘要: 以我国具有明显代表性和典型性的 32 家专业图书馆为调研对象, 利用网络调研及文献调研等方法, 从服务主体、服务内容、服务资源保障、服务推广模式 4 个维度分析竞争情报服务的发展现状。在此基础上, 总结分析缺乏专业化规范管理、服务内容不健全、特色资源有待深度挖掘、宣传力度较弱等问题, 提出制定专业化服务规范、深化服务内容、嵌入用户环境加强特色资源建设、完善服务推广方式等相应建议, 为我国专业图书馆有效开展竞争情报服务提供参考。

关键词: 专业图书馆; 竞争情报; 情报服务; 现状调研; 调研分析

中图分类号: G350

文献标识码: A

DOI: 10.3772/j.issn.1674-1544.2017.06.005

Investigation and Analysis on Competitive Intelligence Services of Special Libraries

LI Fangju, CHEN Feng

(Institute of Scientific and Technical Information of China, Beijing 100038)

Abstract: According to 32 Special libraries with obvious representativeness and typicality in our country, the paper analyzes the present situation of its competitive intelligence services from the four dimensions of service subject, service content, service resource protection and service promotion mode through network research and literature research. On this basis, the author finds that there is a lack of specialized standardization management, service content is not perfect, the characteristic resources to be deep excavation and weak propaganda, etc. And puts forward to formulate specialized service standards, deepen the service content, embed user environment to strengthen the construction of special resources and perfect service promotion methods so as to provide some references for our special libraries to carry out the competitive intelligence services effectively.

Keywords: special library, competitive intelligence, intelligence service, current situation investigation, investigation and analysis

1 引言

图书馆主要分为公共图书馆、高校图书馆、专业图书馆 3 个类别。无论是公共图书馆^[1]、高校图书馆^[2]还是专业图书馆^[3]都将提供竞争情报服务作为新形势下业务拓展的方向, 国家图

书馆^[4-5]、苏州独墅湖图书馆^[6]、天津大学图书馆^[7]、香港贸发局图书馆^[8]等是开展竞争情报服务的代表性机构。

在这 3 个类别的图书馆群体中, 专业图书馆是最接近竞争情报主体用户、最有条件开展竞争情报服务的竞争情报群体。总部设在美国的专

作者简介: 李芳菊 (1992—), 女, 中国科学技术信息研究所硕士研究生, 研究方向: 竞争情报 (通讯作者); 陈峰 (1965—), 男, 中国科学技术信息研究所研究员, 博士生导师, 研究方向: 竞争情报、技术预见、科技政策与发展战略等。

收稿时间: 2017 年 3 月 30 日。

业图书馆协会（SLA）设有专门的竞争情报部门（CI Division），开展了形式多样、富有成效的竞争情报服务^[9]。在我国，公益类科技情报信息服务机构是推动竞争情报发展的主要力量，而多数公益类科技情报（信息）机构具有专业图书馆的性质（往往是一个机构、两块牌子）^[10-13]。随着我国创新驱动发展战略的实施，面向企业提供竞争情报服务成为社会各界对专业图书馆群体的必然要求。在此背景下，调研专业图书馆开展竞争情报服务现状，分析其存在的问题，探讨专业图书馆开展竞争情报服务的举措，既有学术意义又有现实意义。

2 调研方法

随着国家竞争情报、政府竞争情报、产业竞争情报、技术竞争情报、区域竞争情报等分支领域的出现，竞争情报服务的外延也越来越大。但是，面向企业提供的竞争情报，如基于相关数据资源的本底情报、动态情报、自主设计的专题情报、用户委托的专项情报、情报咨询服务、情报能力培训服务、技术开发类服务等，无疑都是典型的竞争情报服务^[14]。

笔者以中国图书馆学会专业图书馆分会秘书处撰写的《中国专业图书馆发展报告》中选取的34家图书馆为调研对象。这些图书馆具有明显的代表性和典型性，在所属行业或系统中发挥着引领、牵头和示范的作用，这些图书馆的发展也代表了我国专业图书馆未来发展的趋势^[15]。其中，中国科学院资源环境科学信息中心与中国科学院兰州文献情报中心视为同一个专业图书馆，工业和信息化部电子科技情报研究所与工业和信息化部电子科技情报研究所科技文献与数据中心视为同一个专业图书馆。因此，实际调研专业图书馆数量为32家。

笔者通过以下4种途径对我国专业图书馆开展竞争情报服务的情况进行具体的调研分析。

（1）在CNKI中以“（KY=‘竞争情报’OR TI=‘竞争情报’）AND AF=‘×××’”为检索式，分别检索各图书馆有关竞争情报服务的

文献。另外，以“（KY=‘情报’OR TI=‘情报’）AND AF=‘×××’”为检索式，检索各图书馆在情报方面的文献。在此基础上，继续以“KY=‘资源’OR TI=‘资源’”为检索式在“结果中检索”，以确定各图书馆有关情报资源的文献。这种检索策略可以保证结果的查全率与查准率。经过筛选，得到58篇有效文献，对其进行整理分析、归纳总结。

（2）访问“中国科学技术情报学会竞争情报分会”网站的“历届年会博览”栏目，收集所调研专业图书馆参加历届年会的状况。

（3）查阅2011—2016年中国竞争情报年会议论文集，通过会议演讲报告及发表会议论文情况确定提供竞争情报服务的专业图书馆及其做法。经过筛选，得到12个报告、26篇会议论文。

（4）访问各专业图书馆网站，结合在线咨询馆员的方法，在站内收集并分析开展竞争情报服务的具体做法。

3 调研结果分析

3.1 服务主体

通过对调研结果的分析，将服务主体归为4类。一是信息咨询服务类，是目前专业图书馆最常见的竞争情报服务部门设置。如中国科学院文献情报中心的学科咨询服务部，跟踪领域前沿发展，探索将决策情报调研与信息报道有效结合的情报研究工作模式，组织开展决策信息咨询和情报调研服务^[16]。该信息咨询服务部通常还负责参考咨询服务。二是情报研究类，定位侧重于情报方法研究及战略竞争态势分析，如中医药信息研究所的情报研究室，主要任务涉及中医药战略及政策、中医药情报方法学等研究，向政府部门、行业人员提供国内外传统医药情报咨询等服务^[17]。三是产业服务类，如中国科学院武汉文献情报中心设立的产业技术分析中心面向市场提供基于产业技术分析的具有自主知识产权的竞争情报产品体系，以能源、新材料、光电子等作为重点领域，以情报研究为抓手深化面向专业领域服务^[18]。四是区域发展类，近两年来专业图书馆

不断发挥科技信息优势,开拓新服务领域,促进竞争情报服务融入区域发展,推动经济建设,如中国科学院国家科学图书馆成都分馆设立的区域合作发展部为地方政府与决策部门、区域科研院所、企业等创新主体提供产业竞争情报和技术竞争情报服务,并且成都分馆还参与了“四川省科技文献资源共享服务平台建设”项目的研究,承担了其中的“中央在川文献资源的集成与服务”

等任务,目前已实现部分重点科技信息资源的初步共享,全省企业用户都可以通过该平台获取所需的情报资料^[14]。

3.2 服务内容

基于调研方法中提到的7类典型竞争情报服务,对32家专业图书馆的竞争情报服务概况进行调研。结果显示,有22家图书馆开展了竞争情报服务(表1),占比68.8%。其中,只有3家

表1 竞争情报服务概况

序号	专业图书馆	本底情报	动态情报	专题情报	专项情报	情报咨询	能力培训	技术开发
01	中国科学院文献情报中心	√	√	√	√	√	√	-
02	中国科学院武汉文献情报中心	√	√	√	√	√	√	-
03	中国科学院兰州文献情报中心	√	√	√	√	√	-	-
04	中国科学院国家科学图书馆成都分馆	√	√	√	√	√	√	-
05	中国科学院上海生命科学信息中心	√	√	√	√	√	-	-
06	中国医学科学院医学信息研究所	√	√	√	√	√	√	-
07	中国中医科学院中医药信息研究所	√	-	√	√	√	√	√
08	解放军医学图书馆	√	√	√	√	√	√	-
09	中国农业科学院农业信息研究所	√	√	√	√	√	√	√
10	中国林业科学研究院林业科技信息研究所	√	√	√	√	√	-	-
11	中国科学技术信息研究所	√	√	√	√	√	√	-
12	中国化工信息中心	√	√	√	√	√	√	√
13	冶金工业信息标准研究院	√	√	√	√	√	√	-
14	工业和信息化部电子科学技术情报研究所	√	√	√	√	√	√	√
15	中国核科技信息与经济研究院	√	√	√	√	√	-	-
16	中国原子能科学研究院	√	√	√	-	-	-	-
17	中国气象局图书馆	√	√	√	√	√	√	-
18	中国地质图书馆	√	√	√	-	-	-	-
19	国家标准馆	√	√	√	√	√	-	-
20	国家知识产权局专利局	√	√	√	√	√	√	-
21	中国社会科学院图书馆	√	-	-	√	√	√	-
22	广东省科技图书馆	√	√	√	√	√	-	-
合计/家	22	22	20	21	20	20	14	4
占比/%	68.8	68.8	62.5	65.6	62.5	62.5	43.8	12.5

图书馆的竞争情报服务涵盖了所有服务内容，分别是中国农业科学院农业信息研究所、中国化工信息中心以及工业和信息化部电子科技情报研究所。涵盖 6 项服务内容的图书馆占比最大，接近提供竞争情报服务图书馆的一半。然而，值得一提的是，所缺失的一项服务几乎都是面向竞争情报的技术开发类服务。提供 5 项服务内容的图书馆有 27.3%，这些图书馆除了缺少提供技术开发类服务，主要还缺少提供能力培训类服务。另外，4.5%的图书馆涵盖 4 项服务，9.1%的图书馆仅提供其中 3 项服务内容。

(1) 本底情报是基于相关文献资料数据资源的情报信息汇总，包括产业政策、统计数据等。开展竞争情报服务的图书馆均提供此项服务，其中做得较完备的是中国化工信息中心，例如其在太阳能光伏领域借助大数据环境，利用先进的语义处理机制和数据挖掘等技术，向用户提供原始的光伏组件进出口数据、主流企业市场占比、集中度、产能利用率、光伏产品最新市场价格等^[19]，这些详细的本底数据将向光伏领域用户展现一个清晰的产业概况。

(2) 动态情报包括产业新闻、快讯、监测等，主要目的是向用户传达行业的最新动态。有 62.5%的图书馆提供此项服务，如工业和信息化部电子科技情报研究所坚持时效性、广谱性、简洁性的原则，经过长期努力建立了能够满足用户需求的动态跟踪体系，形成了《参考》《科技信息》《年度报告》等各领域一系列的研究成果^[20]。

(3) 专题情报是网络环境下非常直接的主动服务，专业图书馆依托自身资源优势，自主设计开展专题研究，主动出击吸引用户。65.5%的图书馆提供了该项服务，典型代表有中国科学技术信息研究所。自 2009 年以来，该所开展提供战略性新兴产业竞争情报研究报告的实践，推出了一系列的风能产业研究报告^[21]，吸引了一大批有相应需求的风能产业用户签订合作协议。

(4) 用户委托的专项情报是专业图书馆典型的被动服务，图书馆接受用户委托，依据需求提供相应产品和服务。62.5%的图书馆提供了

该项服务，如中国科学院国家科学图书馆成都分馆曾接受某大型天然气加工企业的委托，利用德温特专利数据库，结合已有的工作基础和技术手段，向该企业提供了详尽的专利数据分析报告，帮助其顺利向国家有关部门递交了重大项目建议书^[22]。

(5) 情报咨询要求服务人员为目标领域有着深刻的了解，能够进行准确的判断并依据用户需求提供可行性建议。中国科学院文献情报中心对此形成了一套分析体系，通过分析技术和产品、科学研究和产业技术、企业合作等之间的关系针对产业技术开展具体的情报咨询工作^[23]。

(6) 能力培训服务旨在提升用户的竞争情报能力，推动用户自身与专业图书馆业务的共同增长。调研显示，有近一半的图书馆提供的能力培训服务都局限于图书馆自身资源与数据库的利用，这并不能从根本上提升用户的情报能力。对此，中国科学院文献情报中心突破自身资源的限制，向用户提供各种信息资源利用方法和技巧的培训，并制作成网络课件和系列讲义供用户下载^[24]。

(7) 技术开发类服务包括竞争情报系统构建、相关设备开发等。只有 4 家图书馆为用户提供该类服务，例如中国化工信息中心可为企业搭建竞争情报系统，而且可定制化展示专题页面、竞争对手页面、信息简报等信息^[25]。

3.3 服务资源保障

随着用户需求多样化的发展，竞争情报服务的个性化也成为一种必然趋势。为了更有针对性地提供个性化情报服务，特色资源建设逐渐成为提升专业图书馆核心竞争力的关键^[10]。调研发现，提供竞争情报的图书馆均开发了面向用户的特色资源，以信息门户、服务平台、监测快报及专题数据库为主要形式，如中国科学院上海生命科学信息中心的“空间生命科学与技术信息门户”“流感信息服务平台”“科学研究动态监测快报”“中国生命科学文献数据库”。基于对各图书馆特色资源的系统调研，结合 PEST 分析法，笔者从政治、经济、社会和技术 4 个角度将其分为

法律政策类、宏观经济类、社会人口类和专利标准类,再以机构信息类、产业动态类信息作为补充,以便全面把握面向竞争情报服务的特色资源建设情况。

(1) 18家图书馆拥有法律政策类资源,占所调研总数的81.8%,主要通过链接来实现,只有少数图书馆建设有政策法规数据库,如国家标准馆通过数据库的形式实现对技术法规资源的检索,并提供简单检索和高级检索两种形式,在高级检索中,可检索字段有法规种类、法规号、中英文题名、中英文关键词、文摘;18家图书馆拥有专利标准类资源,主要以数据库的形式实现;19家图书馆拥有产业动态类资源,占比86.4%,主要是通过专业情报人员对网络上的各类产业动态信息的选编实现,还有链接的形式。

(2) 建设有机构信息资源的14家图书馆中有8家是通过网页的形式进行展现,包括机构简介、联系方式、网址等基础信息;4家图书馆通过链接形式可直接跳转至相关机构官网;只有2家图书馆通过建设数据库存储机构信息,如在中国地质图书馆建设的机构名录数据库中包含了来自中、美、英等国家的相关机构及文献资料,并可通过文献资料的类型、内容和年份3种方式进行检索。

(3) 宏观经济、社会人口类资源建设较匮乏,占比都在40%以下,主要以链接的形式展现且内容较单一,尤其是社会人口类资源,如中国科学院文献情报中心建设的丝绸之路经济带信息服务平台中的“民心相通”动态下只有10条相关信息^[26]。

3.4 服务推广模式

推广模式不仅反映了专业图书馆的重视程度,而且决定了用户对该服务的了解、获取和使用程度。灵活直观的推广模式不但可以有效扩大服务知晓度,还能为专业图书馆带来显著的经济效益。调研结果显示,专业图书馆作为某领域专业知识的流通机构,在信息存储、资源处理及知识传播方面有着先天优势。相应地,在馆藏资源及传统服务的宣传上也做得比较出色,主要推广

模式有网站推广、微博推广、微信推广、APP推广4种。然而,在竞争情报服务的宣传上明显存在不足。

(1) 网站推广方面

通过调研,网站推广形式主要有5种:一是二级栏目形式(45.5%),这种形式实际运用较多,通常放在“服务项目”或“资源与服务”一级栏目下,此种推广方式不太醒目,难以引起用户注意;二是专栏形式(45.5%),这种形式实际运用也较多,通常放在“服务”“特色服务”等专栏里,用户可直接看到专栏里所包含的竞争情报服务,相比于二级栏目形式较直观;三是图片链接形式(13.6%),这种形式效果醒目直观,但实际运用较少,代表性网站是冶金工业信息标准研究院网站,在其主页的中部设有“情报跟踪”和“定题服务”的图片链接;四是其他形式(22.7%),如通过研究论文、专题报道、新闻报道等形式间接获取图书馆提供的竞争情报服务信息,这种形式关注度较低、时效性较差,影响力很难扩大,导致用户并不了解图书馆已经提供该项服务而流失部分用户;五是两种以上形式的结合(36.4%),代表性网站是广东省科技图书馆网,不仅在其主页左侧设置“企业监测快报”的图片链接,而且在中下部设置了“信息情报服务”和“自建特色库”专栏,从而引起了用户注意,提高了用户在使用时的便利性。

(2) 其他形式方面

除网站外,专业图书馆还可借助微信、微博、APP来推广竞争情报服务。所有被调研的图书馆能够利用微博来发布图书馆动态、文献资源变动等信息,但未发现利用微博推广竞争情报服务的图书馆;有5家图书馆在官方微信中设有竞争情报服务通道,如工业和信息化部电子科技情报研究所利用其公众号“工信知库”中“服务”栏目里的“信息监测”明确提到可提供竞争情报定题服务、竞争情报追踪、为企业搭建竞争情报系统平台等服务^[27];中国化工信息中心在“中国化信竞争情报研究院”公众号中“产品服务”栏

目下设立了“竞争情报系统”入口，详细介绍了竞争情报系统的作用以及为企业搭建竞争情报系统的优势和系统的功能亮点^[28]；中国科学院文献情报中心通过APP发布科技情报产品的形式推广竞争情报服务^[29]。

4 存在问题

（1）缺乏专业化规范管理

根据调研，专业图书馆竞争情报服务主体设置类型多样化，各图书馆之间所划分的服务部门差异较大，具体到部门的负责中心也是不尽相同，且有些图书馆各部门虽有竞争情报之“实”，却无竞争情报之“名”。另外，图书馆通常依据服务对象或服务目标的不同，同时分配多个部门开展竞争情报服务，如中国科学院兰州文献情报中心下设的情报研究部、学科咨询服务部、区域发展咨询部和信息服务部都承担该服务。此外，一些图书馆的竞争情报服务部门划分界限模糊，出现分工不明确的现象，如中国地质图书馆负责该服务的部门有咨询服务室、文献数据室和文献情报室。目前，专业图书馆的竞争情报服务部门设置状态不仅使用户难以区分，在有需求时无法及时准确地选择自己所需的服务部门，而且也不利于竞争情报服务的宣传推广以及规范化管理。

（2）服务内容不健全

对竞争情报服务内容的调研结果显示，专业图书馆主推的竞争情报服务集中于本底情报、动态情报、自主设计的专题情报及用户委托的专项情报。这些服务都属于基础性竞争情报服务。而能够直接解决用户实际问题的情报咨询服务、技术开发类服务以及提升用户竞争情报能力的教育培训服务是竞争情报的高级形态，也正是目前大众创业万众创新浪潮下我国企业所急需的。但是专业图书馆的这些服务发展还不健全。如存在提供面向深度化专业化的情报咨询服务的图书馆还较少、仅有12.5%的图书馆面向用户提供技术开发类服务、多数能力培训服务还局限于图书馆自身资源和数据库利用等问题。

（3）特色资源有待深度挖掘

专业图书馆的用户群体是专门领域的特定用户，而企业用户群体是专业图书馆顺理成章的主体用户，也是其高端用户群体。虽然所调研的图书馆都开发了特色资源，但其中机构信息、宏观经济、社会人口等企业有效利用的信息较匮乏，且多以链接跳转、网页简介的形式实现，特色资源还不丰富，深度挖掘尚不深入。竞争情报服务的研究对象主要是服务对象的外部环境信息，其中竞争对手的情报是竞争情报研究的核心内容，目前专业图书馆在建设特色资源时只是注意到了广度的拓展，忽略了对其深度的挖掘。

（4）宣传力度较弱

近年来，社会各方面的竞争情报需求量越来越大，但专业图书馆的竞争情报服务利用率却不高，主要原因是由于大部分机构并不知道专业图书馆提供了此项服务，一些企业在面对竞争情报相关问题时，通常首先想到的是求助于专业的信息咨询机构。根据调研，我国专业图书馆竞争情报服务的网站推广采用最多的是二级栏目的方式。这种方式难以引起读者的注意。微博、微信和移动端APP通常被用来宣传推广图书馆的新闻动态以及文献资源变动等信息。作为一种新型的社会化媒体，微信已成为继微博之后又一高效的服务应用，而专业图书馆微信服务发展尚不完善，多停留在传统的文献服务上，如中国科学院国家科学图书馆成都分馆的官方微信中提供的服务有绑定/解绑读者证、在借/续借查询、新书通报、资源检索、新闻公告、活动通知、服务指南，并未涉及竞争情报服务。

5 结语和建议

本文通过对我国具有明显代表性和典型性的32家专业图书馆的竞争情报服务进行了一系列的调研。综合调研结果，具体从服务主体、服务内容、服务资源保障、服务推广模式4个维度展开论述，并且针对每个维度进行深入剖析、归类总结，全面准确把握我国专业图书馆的竞争情报服务开展现状，继而分析了服务中存在的问题。为

进一步推动专业图书馆的竞争情报服务,提出以下对策和建议。

(1) 制定专业化服务规范

统一规范的管理不仅可以保证情报服务质量,而且有利于其规范发展。专业图书馆提供情报服务尤其是竞争情报服务是必然趋势,如何规范化管理促使其健康发展是专业图书馆在发展过程中面临的首要问题。建议各专业图书馆开设专门的竞争情报服务部门,配备专业型人才,依据具体服务对象及服务内容下设各分中心,如产业竞争情报分析中心、战略竞争情报分析中心、专利竞争情报分析中心等,将各细分服务统一归为该部门由各中心负责,并制定一套行之有效的规章制度和工作细则,包括费用标准、服务时间、人员管理制度等。规范化竞争情报服务流程,建立科学管理制度,将竞争情报服务作为重点发展业务。

(2) 深化服务内容

在大数据及开放信息的环境下,未来情报信息的分散程度将急剧增加,如何利用信息技术及工具,在海量数据中获取有效信息并进行必要的知识挖掘将成为用户的普遍需求,专业图书馆应积极提供服务满足这种需求,加大竞争情报服务的宣传推介力度,同时应积极组织开展讲座、报告会、培训课程等,尤其是加强用户对专业情报分析工具、情报获取方法技巧等能力的培训,不断丰富教育培训的形式,如开设竞争情报类学历教育班,利用自身优势有效提高社会群众的竞争情报素养及情报分析能力。同时,专业图书馆还应注意拓展服务业务,结合自身竞争情报服务实践,为有需求的用户搭建竞争情报平台、开发情报分析工具、探索建立基于大数据的情报挖掘及分析系统等。

(3) 嵌入用户环境加强特色资源建设

随着信息化技术的发展,用户情报获取途径逐渐与其工作环境相融合,深度化和专业化情报资源的获取和利用已经发展成为用户的普遍需求。为了更好地满足用户需求,提高竞争情报服务效率,专业图书馆首先需要获取用户

需求信息,然后通过数据挖掘技术进行描述统计与预测、聚类分析和关联分析,进而探求用户需求的分布趋势、敛散性及关联关系,寻找潜在需求^[30],最后基于需求分析,充分利用知识组织工具及技术将搜集到的信息资源进行知识化加工,尤其是二、三次文献资源的开发利用,并结合竞争情报分析方法、工具及Web 2.0技术、数据库技术等,建立嵌入用户环境的特色资源平台,不断完善开放数字资源体系和数字资源长期保存体系,逐渐形成无法替代的具有代表性的特色信息资源,改变被动服务的局限,加强主动服务,以提升吸引力,争取更多的用户,同时依托竞争情报服务人员及情报资源的专业化优势,有针对性地开展面向专业领域的深层次竞争情报服务。

(4) 完善服务推广方式

国外的很多专业图书馆都有较全面而广泛的竞争情报服务推广,除了网站首页醒目的标识外,还会借助一些辅助措施。如美国许多专业图书馆下设营销部,通过向用户宣传的方式来扩大情报服务项目的知晓度。美国专业图书馆协会于2004年成立竞争情报部,并利用Facebook、Twitter、LinkedIn等现代信息技术工具开展竞争情报业务的交流推介^[31],较之传统的推广手段,其效率更高、费用更低、效果更好。我国专业图书馆可以借鉴国外成功经验,完善推广方式,如在图书馆网站上增加一级栏目或者浮动图标的设置,突出导航效果。在微信与移动端APP应用中增加竞争情报服务通道,优化与用户沟通渠道、拓展情报资源呈现方式、提升用户情报资源利用率,更好地宣传和推广特色资源及竞争情报服务。

参考文献

- [1] 肖书铭.面向中小企业的公共图书馆竞争情报服务[J].科技情报开发与经济,2012,22(13):5-8.DOI:10.3969/j.issn.1005-6033.2012.13.003.
- [2] 章小童,阮建海.2006—2015年高校图书馆竞争情报服务研究领域主题演化分析[J].情报科学,2016,

- 34(11): 86-90.
- [3] 彭俊玲. 专门(专业)图书馆开展竞争情报服务的机理分析及展望[J]. 图书情报工作, 2005(4): 44-47. DOI: 10.3969/j.issn.0252-3116.2005.04.012.
- [4] 李楠. 国家图书馆竞争情报服务发展历程概述[J]. 办公室业务, 2014(4): 51-52. DOI: 10.3969/j.issn.1004-647X.2014.08.041.
- [5] 李楠. 国家图书馆竞争情报服务成功案例分析[J]. 信息系统工程, 2014(12): 121-121. DOI: 10.3969/j.issn.1001-2362.2014.12.078.
- [6] 李晓林. 高新技术产业开发区图书馆快速提高文献情报服务水平探讨: 兼论如何有效利用NSTL平台资源[J]. 情报探索, 2013(10): 39-41. DOI: 10.3969/j.issn.1005-8095.2013.10.011.
- [7] 王玲, 李文兰. 市场竞争环境下高校图书馆专利情报服务研究: 以天津大学图书馆为例[J]. 图书馆工作与研究, 2013(1): 67-69. DOI: 10.3969/j.issn.1005-6610.2013.01.017.
- [8] 陈峰. 通过竞争情报服务支持中小企业发展[N]. 科技日报, 2012-08-24(7).
- [9] SPECIAL LIBRARIES ASSOCIATION. Inside SLA[EB/OL].[2017-03-27].http://www.sla.org/content/SLA.
- [10] 孙成权. 专业图书馆与情报研究: 纪念“图书情报一体化”改革30年[C]//2008年“图书馆服务转型: 研究与实践”学术研讨会论文集, 2008: 36-43.
- [11] 孙继林. 探索图情一体化科学管理的新路: 上海图书馆上海科技情报研究所合并五年纪实[J]. 图书馆杂志, 2000, 19(10): 2-7. DOI: 10.3969/j.issn.1000-4254.2000.10.001.
- [12] 彭志平. 科学专业图书馆为政府科技决策服务新思路[C]//2008年“图书馆服务转型: 研究与实践”学术研讨会论文集, 2008: 61-66.
- [13] 查珊珊, 田文兰, 左尧风, 等. 中小型专业图书馆图书、档案、情报一体化后业务管理模式思考: 从我馆谈起[J]. 图书情报工作, 2004, 48(9): 97-99. DOI: 10.3969/j.issn.0252-3116.2004.09.027.
- [14] 陈峰. 产业竞争情报产品与服务的细分内容[J]. 情报学报, 2013, 32(1): 37-43. DOI: 10.3772/j.issn.1000-0135.2013.01.005.
- [15] 专业图书馆2013年度发展状况与展望[EB/OL].[2017-02-27].http://ir.las.ac.cn/handle/12502/7412.
- [16] 林曦. 中国科学院文献情报系统近5年的发展和面向新世纪的创新[C]//中国科学院第十二次图书馆学情报学科学讨论会, 2001: 1-9.
- [17] 李彦文, 赵英凯, 崔蒙, 等. 竞争环境下探析中医药情报服务模式的转变[C]//中华医学会第十九次全国医学信息学术会议, 2013: 315-317.
- [18] 钟永恒. 以情报研究为突破方向, 深化面向学科专业领域服务[C]//中国科学院图书馆学情报学第十四次科学讨论会, 2005: 262-266.
- [19] 顾方. 大数据时代的企业竞争情报服务实践[C]//第十九届中国竞争情报年会论文集, 2013: 30-39.
- [20] 黄锋, 肖安琪. 加强动态信息工作的几点设想[J]. 情报理论与实践, 2015, 38(8): 1-4. DOI: 10.16353/j.cnki.1000-7490.2015.08.001.
- [21] 陈峰. 科技情报机构提供战略性新兴产业竞争情报服务产品的实践[C]//第十八届中国竞争情报年会论文集, 2012: 29-36.
- [22] 邓勇. 面向企业的情报服务实践与思考[J]. 现代情报, 2008, 28(10): 169-171. DOI: 10.3969/j.issn.1008-0821.2008.10.054.
- [23] 刘细文. 开放创新战略与技术竞争情报服务[J]. 造纸信息, 2016(12): 24-26.
- [24] 姜晓岗, 陈朝晖. 中国科学院文献情报中心图书馆学情报学文献资料的特色与服务[J]. 图书情报工作, 2003(11): 98-100. DOI: 10.3969/j.issn.0252-3116.2003.11.023.
- [25] 顾方. 洞察 智慧 创新: 新一代企业竞争情报系统的构建[C]//中国竞争情报事业20年暨第二十届中国竞争情报年会论文集, 2014: 75-82.
- [26] 民心相通[EB/OL].[2017-02-27].http://silkroad.las.ac.cn/home.htm.
- [27] 信息监测[EB/OL].[2017-03-27].http://mp.weixin.qq.com/s/fb64oerCZ89IypUhVIFM_w.
- [28] 没听过竞争情报系统你就OUT了[EB/OL].[2017-03-27].http://mp.weixin.qq.com/s/smn2kHWHSNIHjxmw_5mYVA.
- [29] 中国科讯[EB/OL].[2017-03-27].http://stpaper.cn/app/appsindex.html.
- [30] 安文婧. 基于价值共创理论的图书馆资源建设探索与启示[J]. 图书馆研究, 2016, 46(1): 27-32. DOI: 10.3969/j.issn.2095-5197.2016.01.007.
- [31] Division Board Liaisons[EB/OL].[2017-03-27].http://www.sla.org/governance/divisions/division-board-liaisons.