



普通高等教育精品规划教材

高等学校信息管理专业系列教材

# 企业竞争情报

查先进 主编

INFORMATION MANAGEMENT SCIENCE



WUHAN UNIVERSITY PRESS

武汉大学出版社



普通高等教育精品规划教材

高等学校信息管理专业系列教材

# 企业竞争情报

查先进 主编



WUHAN UNIVERSITY PRESS

武汉大学出版社

## 图书在版编目(CIP)数据

企业竞争情报/查先进主编. —武汉: 武汉大学出版社, 2012. 8  
普通高等教育精品规划教材  
高等学校信息管理专业系列教材  
ISBN 978-7-307-09614-1

I. ①企… II. ①查… III. ①企业竞争—竞争情报—高等学校—教材 IV. ①F274

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 037024 号

责任编辑: 詹 蜜      责任校对: 刘 欣      版式设计: 詹锦玲

---

出版发行: 武汉大学出版社 (430072 武昌 珞珈山)  
(电子邮件: cbs22@whu.edu.cn 网址: www.wdp.com.cn)

印刷: 湖北民政印刷厂

开本: 720 × 1000 1/16      印张: 15.75      字数: 277 千字      插页: 1

版次: 2012 年 8 月第 1 版      2012 年 8 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-307-09614-1/F · 1646      定价: 28.00 元

---

版权所有, 不得翻印; 凡购我社的图书, 如有质量问题, 请与当地图书销售部门联系调换。

# 前 言

---

竞争情报是在 20 世纪 80 年代以后为了适应各类企业开展市场竞争和取得信息优势而出现的，它起源于军事情报和政治情报领域，并率先和重点推广应用于企业界，形成企业竞争情报。企业竞争情报研究涉及企业内部和外部的一切与提高企业的竞争力有关的信息，包括竞争对手、竞争环境、竞争战略三个方面。通过对这些信息的搜集、整理加工和分析提炼，形成有助于企业改善其在市场中的竞争格局的情报，使企业管理和决策活动建立在科学、高效的基础上，最终形成有利的市场地位，赢得和保持竞争优势。

当今信息时代，经济全球化成为世界经济发展的主流趋势，世界各国的经济既相互渗透、相互依存，又激烈竞争，共同纳入统一的世界经济体系之中。在这样的背景下，企业的经营和管理环境发生了巨大的变化，企业面对的竞争环境更加复杂多变，竞争对手的分布范围更加广泛，竞争战略的制定和调整更是面临着巨大的不确定性，机遇和挑战并存。如何在强手如林、变幻莫测的市场竞争中站稳脚跟，缩短与竞争对手的差距，已经成为企业管理者特别是决策者关注的焦点话题。为了实现企业经济利益和既定目标，已经有越来越多的企业开始通过加强和拓展竞争情报研究，来增强其在全球化竞争中战胜竞争对手、发现市场机会和赢得竞争优势的能力。竞争情报研究已经当仁不让地成为经济全球化环境下企业迫切需要关注的焦点领域。

本书系统地介绍了企业竞争情报的基本理论、方法和应用。全书共 8 章。第 1 章是绪论，包括企业竞争情报的概念、特点、作用、流程、沿革、发展等；第 2 章是企业竞争情报的信息源，包括信息源的类型和特点、信息搜集的范围和渠道、信息整理和鉴别等；第 3 章是企业竞争情报研究的内容，包括竞争对手、竞争环境和竞争战略的分析；第 4 章是企业竞争情报研究的方法，包括定标比超、态势分析、情景分析、反求工程、关键问题分

析、价值链分析、商业战争游戏分析、财务报表分析、专利情报分析等方法；第5章是企业竞争情报研究的关键技术，包括信息采集技术、信息存储和处理技术、信息可视化技术等；第6章是企业竞争情报系统，包括企业竞争情报系统的概念和特点、企业竞争情报系统的功能和模式、企业竞争情报系统的发展趋势、企业竞争情报系统的建设、企业竞争情报系统的管理等；第7章是竞争情报与企业危机预警，包括突发事件及其影响、企业危机与危机预警、竞争情报在危机预警中的应用等；第8章是企业竞争情报机构，包括企业竞争情报机构及其作用、企业竞争情报机构的设置、企业竞争情报机构的运行和控制等。在编写过程中，尽量做到结构严谨，重点突出，内容深浅适中。本书可作为高等学校通识教育课程教材，或者供高等学校信息管理与信息系统、图书情报和档案、工商管理、电子商务等专业作教材或教学参考书。对于从事企业市场研究、企业情报工作的广大理论工作者和实际工作者，本书也具有一定的参考价值。

本书是集体合作的结晶。参加本书编写的有查先进、陈明红、杨凤和杨漾，具体分工如下：查先进编写第1章、第2章、第4章第1~3节，陈明红编写第3章、第4章第4~10节，杨漾编写第5章，杨凤编写第6章、第7章、第8章。全书由查先进提出编写大纲、统稿并负责各章思考题的编写。

本书在编写过程中参考了国内外大量优秀的文献和案例，这些文献和案例为本书思路的形成提供了思想的源泉。本书的编写得到了武汉大学信息资源研究中心、武汉大学信息管理学院、武汉大学教务部和武汉大学出版社的大力支持。在此，我们一并表示衷心的感谢。

由于时间仓促，加之水平有限，书中难免存在一些疏漏和错误，敬请各位专家批评指正。

查先进

2011年8月

# 目 录

---

1 绪论 .....	1
1.1 竞争情报的概念和特点 .....	1
1.1.1 竞争情报的概念 .....	1
1.1.2 竞争情报的特点 .....	5
1.1.3 竞争情报研究的核心领域 .....	8
1.2 竞争情报的作用和流程 .....	11
1.2.1 竞争情报的作用 .....	11
1.2.2 竞争情报的流程 .....	15
1.3 企业竞争情报研究的沿革和发展 .....	19
1.3.1 国外的竞争情报研究 .....	19
1.3.2 我国的竞争情报研究 .....	27
2 企业竞争情报的信息源 .....	29
2.1 信息源的类型和特点 .....	29
2.1.1 文献信息源 .....	31
2.1.2 非文献信息源 .....	33
2.1.3 常见信息源简介 .....	36
2.2 信息搜集的范围和渠道 .....	39
2.2.1 信息搜集的范围 .....	39
2.2.2 信息搜集的方法和渠道 .....	42
2.3 信息整理和鉴别 .....	43
2.3.1 信息整理 .....	43
2.3.2 信息鉴别 .....	44

3	企业竞争情报研究的内容	46
3.1	竞争对手分析	46
3.1.1	竞争对手的分类	47
3.1.2	竞争对手的选择	49
3.1.3	竞争对手情报	52
3.2	竞争环境分析	54
3.2.1	竞争环境的特点和类型	54
3.2.2	竞争环境分析的意义	59
3.2.3	竞争环境分析的内容	59
3.3	竞争战略分析	62
3.3.1	竞争战略的内容和过程	62
3.3.2	竞争战略的类型	66
3.3.3	竞争战略选择的依据	68
3.3.4	不同企业的战略选择	69
4	企业竞争情报研究的方法	73
4.1	概述	73
4.1.1	定性研究方法	73
4.1.2	定量研究方法	74
4.1.3	半定量研究方法	74
4.2	定标比超	75
4.2.1	定标比超的概念	75
4.2.2	定标比超的由来和发展	76
4.2.3	定标比超的程序	78
4.2.4	案例	79
4.3	SWOT分析	82
4.3.1	SWOT分析的内涵	82
4.3.2	SWOT分析的程序	83
4.4	情景分析	86
4.4.1	情景分析的概念及其应用	86
4.4.2	竞争情报情景分析的步骤	87
4.4.3	竞争情报情景分析的优点和缺点	90
4.5	反求工程	91

4.5.1	反求工程的概念及分类 .....	91
4.5.2	反求工程的实现过程 .....	92
4.5.3	反求工程在竞争情报中的应用 .....	93
4.6	关键成功因素分析 .....	94
4.6.1	关键成功因素的概念及特征 .....	94
4.6.2	关键成功因素的来源 .....	96
4.6.3	关键成功因素分析的步骤 .....	97
4.6.4	关键成功因素分析的优点与不足 .....	98
4.7	价值链分析 .....	99
4.7.1	价值链的内涵与特征 .....	99
4.7.2	价值链分析的原理 .....	101
4.7.3	价值链分析的程序 .....	102
4.7.4	价值链分析的优点和缺陷 .....	103
4.8	商业战争游戏分析 .....	104
4.8.1	商业战争游戏分析的概念 .....	105
4.8.2	商业战争游戏分析的适用范围 .....	105
4.8.3	商业战争游戏法的实施 .....	106
4.8.4	商业战争游戏分析的优点和缺陷 .....	108
4.9	财务报表分析 .....	108
4.9.1	财务报表分析的内容与作用 .....	108
4.9.2	财务报表分析的方法与步骤 .....	109
4.9.3	财务报表分析的优势和局限性 .....	111
4.10	专利情报分析 .....	111
4.10.1	专利情报分析的原理 .....	112
4.10.2	专利情报分析的意义 .....	112
4.10.3	专利情报分析常用方法 .....	113
4.10.4	专利情报分析的优势和缺陷 .....	115
5	企业竞争情报研究的关键技术 .....	117
5.1	概述 .....	117
5.2	情报规划中的关键技术 .....	122
5.2.1	概念网络 .....	123
5.2.2	个性化定制 .....	126
5.3	竞争情报采集技术 .....	129



5.3.1	信息抽取技术 .....	130
5.3.2	Web 信息抽取系统的体系结构 .....	137
5.4	竞争情报分析与处理技术 .....	138
5.4.1	数据挖掘技术 .....	139
5.4.2	Web 数据挖掘 .....	144
5.5	竞争情报产品发布中的可视化技术 .....	148
5.5.1	可视化 .....	149
5.5.2	信息可视化 .....	150
6	企业竞争情报系统 .....	154
6.1	概述 .....	154
6.1.1	企业竞争情报系统的概念和功能 .....	154
6.1.2	企业竞争情报系统的模式和特点 .....	157
6.1.3	企业竞争情报系统的发展趋势 .....	161
6.2	企业竞争情报系统的建设 .....	162
6.2.1	企业竞争情报系统的构建原则 .....	162
6.2.2	企业竞争情报系统的构成 .....	165
6.2.3	企业竞争情报系统的关键成功因素 .....	172
6.2.4	企业竞争情报系统的建设步骤 .....	173
6.3	企业竞争情报系统的管理 .....	174
6.3.1	企业竞争情报系统项目管理 .....	174
6.3.2	企业竞争情报系统安全管理 .....	176
6.3.3	企业竞争情报教育和培训 .....	177
6.3.4	企业竞争情报系统的评估 .....	181
7	竞争情报与企业危机预警 .....	184
7.1	突发事件及其影响 .....	184
7.1.1	突发事件及其特征 .....	184
7.1.2	突发事件对企业竞争力的影响 .....	190
7.2	企业危机与危机预警 .....	191
7.2.1	企业危机的产生 .....	191
7.2.2	企业危机的本质和影响 .....	199
7.2.3	企业危机预警 .....	201
7.3	竞争情报在危机预警中的应用 .....	203

---

7.3.1	竞争情报在企业危机预警中的作用 .....	203
7.3.2	企业危机预警的竞争情报应对机制 .....	205
<b>8</b>	<b>企业竞争情报机构 .....</b>	<b>208</b>
8.1	企业竞争情报机构及其作用 .....	208
8.1.1	企业竞争情报机构的类型 .....	208
8.1.2	企业竞争情报机构的作用 .....	210
8.2	企业竞争情报机构的设置 .....	211
8.2.1	企业竞争情报机构的设置依据 .....	211
8.2.2	信息总监及其职责 .....	214
8.2.3	企业竞争情报机构的组织形式 .....	217
8.3	企业竞争情报机构的运行和控制 .....	220
8.3.1	企业竞争情报机构的运行 .....	220
8.3.2	企业竞争情报机构的监督和控制 .....	221
	<b>参 考 文 献 .....</b>	<b>226</b>

# 1 绪论

---

进入 21 世纪，全球化成为当今世界经济发展的主要趋势。世界各国经济相互渗透、相互依存，被纳入统一的世界经济体系之中。随着经济全球化的深入，企业面对的竞争环境更加复杂多变，竞争对手的分布范围更加广泛，竞争战略的制定和调整更是面临着巨大的不确定性。竞争情报 (Competitive Intelligence, CI) 研究侧重于对企业内外各种信息的关注，通过对这些信息的搜集、整理加工和分析提炼，形成有助于企业改善其在市场中的竞争格局和占据有利的市场竞争地位的情报。当前，为了实现企业经济利益和既定目标，越来越多的企业开始通过加强和拓展竞争情报研究，以增强其在全球化竞争中战胜竞争对手、发现市场机会和赢得竞争优势的能力。据统计，在全球 500 强企业中，有 90% 以上已经建立了较为完善的竞争情报系统<sup>①</sup>，竞争情报研究已经当仁不让地成为经济全球化环境下企业迫切需要关注的焦点领域。

## 1.1 竞争情报的概念和特点

### 1.1.1 竞争情报的概念

竞争情报是 20 世纪 80 年代以来，为了适应各级各类企业开展市场竞争和取得信息优势的需要而出现的一个概念。它的出现，给不少企业带来了新的竞争理念和生机。

竞争情报与企业的竞争力密切相关。企业竞争实际上是企业各方面力量

---

<sup>①</sup> <http://www.people.com.cn/GB/paper53/5023/535742.html> [EB/OL]. [2006-03-26].

汇聚而形成的企业竞争实力大小的较量。竞争活动通常发生在若干个“势均力敌、相互争衡”的企业之间。当企业间的竞争实力彼此相当时，竞争常常表现得异常激烈，有时甚至演变为一场你死我活的市场争夺战。可见，设法创造企业的竞争优势对企业领导者来说显得极其重要。企业竞争优势有多种表现，如人才优势、资金优势、技术和设备优势、原材料优势、服务优势、产品优势、品牌优势、地域优势、供应链优势等，但在经济全球化的信息时代里，企业的竞争优势归根结底表现为一种信息优势。也就是说，谁取得了信息优势，谁就获得了在市场上生杀予夺的主动权。同时，通过信息优势，通常也能很好地促进企业其他优势的发挥。可见，信息优势是企业与信息时代市场竞争中生存和立足的根本，对企业决策者而言，强烈的信息意识和敏锐的信息洞察力亦是其决策能力和决策魅力的重要体现。

竞争情报是一个发展中的概念。有关资料显示，目前国内外对竞争情报概念的认识是不统一的。作为一种竞争理念，竞争情报兴起于20世纪80年代以后，起源于军事情报和政治情报领域，并率先和重点推广应用于企业界，形成企业竞争情报。迄今为止，已有不少专家对竞争情报的概念进行了探讨，比较典型的观点有：

竞争情报是在对外部环境信息的计划、搜集、分析和发布等系统处理后的一种建议，以便抓住可能影响企业或国家竞争形势的机遇<sup>①</sup>。

竞争情报是一个组织乃至一个国家为了在市场上赢得竞争优势所需要的经过综合分析加工处理的信息<sup>②</sup>。

竞争情报一般指竞争主体为保持竞争优势所需要的一切有关竞争对手和竞争环境的情报<sup>③</sup>。

竞争情报是根据企业为了在激烈的市场竞争中赢得和保持优势这一特定需求，对竞争对手、竞争环境及企业自身的信息，进行合理的采集、选择、评价、分析和综合，并对其发展趋势做出预测，以形成新颖的、增值的、不为竞争对手所知的、对抗性的信息，从而为企业的战略和战术决策提供依据的智能化过程<sup>④</sup>。

---

① Calof, J. L., Skinner, B. Government's Role in Competitive Intelligence: What's Happening in Canada? [J]. *Competitive Intelligence Magazine*, 1999, 2 (2): 20-23.

② 钟沛彪. 开展竞争情报研究工作的思考 [J]. *广西地质*, 1999 (3): 59-62.

③ 鄢百其, 刘三萍, 金晓祥. 竞争情报: 企业竞争的有效手段 [J]. *情报理论与实践*, 1999 (5): 378-379.

④ 苏瑞林. 竞争情报定义浅析 [J]. *津图学报*, 1999 (2): 60-63.

竞争情报是关于企业竞争对手的能力、弱点和意图的信息<sup>①</sup>。

竞争情报是一种过程，更是一种产品，是一种将竞争对手和市场信息转变成有关竞争对手能力、意图、行为、地位等知识的分析型产品<sup>②</sup>。

竞争情报是一种从公共获取的非专有的信息源处发现、筛选和使用情报，以变得更具有竞争力<sup>③</sup>。

美国竞争情报专业人员协会（Society of Competitive Intelligence Professionals, SCIP）认为，竞争情报是一种过程，在此过程中，人们用合乎职业伦理的方式搜集、分析和传递有关经营环境、竞争者和组织本身的准确、相关、具体、及时、前瞻性以及可操作性的信息<sup>④</sup>。

从这些定义中可以看出，竞争情报是一个发展中的概念。在这些定义中，有的重点关注竞争环境，有的重点关注竞争对手，有的重点关注竞争战略，有的则同时关注前述的每一个方面；有的将其理解为一种信息产品，有的将其理解为一种信息活动过程，有的则认为可以兼而有之。这些定义对于我们从不同的角度理解和深化认识竞争情报的内涵有一定的帮助。

值得注意的是，现在越来越多的研究者开始认为，竞争情报并不仅仅局限于企业，其他组织也可能会引入竞争情报思想，从而形成诸如“政府竞争情报”<sup>⑤</sup>、“国家竞争情报”<sup>⑥</sup>、“图书馆竞争情报”<sup>⑦</sup>等竞争情报活动空间。近年来，甚至有研究者认为，我国自20世纪50年代中期以来在科技领域开展得如火如荼的科技情报研究，其本质是竞争情报在科技领域的应用，只不过当时国内外还没有广泛使用“竞争情报”这个词而已。在本书中，如不特别指明，我们所说的竞争情报均指企业竞争情报。

此外，一些新的竞争情报研究视角如“技术竞争情报”（Competitive

---

① Prescott, J. . How Business Uses Intelligence [J]. *Business Review*, 1991-02-08.

② Bhaskaran, R. P. . Competitive Intelligence [EB/OL]. <http://www.indiaonline.com/bisc/ari/coin.pdf>.

③ <http://www.htx.ca/htx/Media/Competitive%20Intelligence.pdf> [EB/OL].

④ <http://www.scip.org/> [EB/OL].

⑤ Zha Xianjin, Jao Ran. Study on the Mode of Consultative Service of Governmental Competitive Intelligence Oriented to Crisis Management [C]. International Conference on Public Administration, 2005.

⑥ 陶翔. 国家竞争情报 [M]. 上海: 上海科学技术文献出版社, 2008.

⑦ 董素音, 蔡莉静. 图书馆竞争情报服务 [M]. 北京: 海洋出版社, 2009.

Technical Intelligence, CTI)<sup>①</sup> 等也不断地被推出, 成为当前竞争情报研究的新方向。例如, 2008 年 10 月, 北京大学和北京市科学技术研究院在北京举办“技术创新与技术竞争情报国际论坛”。该论坛认为, 技术竞争情报侧重于通过引进竞争情报的方法, 搜集、整理、归纳创新单元所需要的技术情报, 提供技术竞争的信息服务和咨询服务<sup>②</sup>。

在美国 SCIP 官方网站上, 对于“什么是竞争情报”, 其所做的最新解释是: “竞争情报是一个过程, 它侧重于监控竞争环境、分析内部问题, 以便支持企业的决策。竞争情报使得各类企业中的高层管理者能够制定从市场、研发、投资策略到长期商业战略的更优决策。高效的竞争情报活动是一个连续的过程, 包括合法的信息搜集、导致各种结论的信息分析、向决策者有效发布可实施的情报等。”<sup>③</sup>

可见, 尽管在具体解释上各种研究成果说法不一, 但总的来讲, 竞争情报主要以企业为活动的舞台, 但又不完全拘泥于企业, 可以被理解为关于组织内部和外部的一切与提高组织的竞争力有关的信息, 这些信息通常涉及竞争对手、竞争环境、竞争战略三个方面:

第一, 从竞争对手研究的角度来看, 竞争情报通过对限制和影响本企业竞争优势发挥的外部组织或个人的跟踪和研究, 包括识别竞争对手、分析竞争对手的实力、判断竞争对手战略、预测竞争对手的反应以及必要的合作与回避等, 可帮助企业在竞争的市场上做到知己知彼、百战百胜。

第二, 从竞争环境研究的角度来看, 竞争情报是对整体竞争环境的一个全面监测过程, 对战略意义的可公开获取的信息筛选、搜集、阐释和传播, 是监测相关企业决策过程的企业外部环境信息的活动。通过合法搜集和分析商业竞争中有关商业行为的优势、弱势、意图等方面的信息, 竞争情报可将零散的、不同来源的信息“碎片”整合起来, 形成竞争情报“拼图”。该“拼图”可在一定程度上理解为具有战略决策价值的“蓝图”。

第三, 从竞争战略研究的角度来看, 竞争情报可帮助企业在战略意义上寻找并建立一个有利可图且能持之以恒的竞争地位, 包括把握发展机遇, 抢

---

① Rodriguez-Salvador M., et al. Industry/University Cooperative Research in Competitive Technical Intelligence: A Case of Identifying Technological Trends for a Mexican Steel Manufacturer [J]. *Research Evaluation*, 2002, 11 (3): 165-173.

② <http://www.bjstinfo.com.cn/iticti08/index.htm> [EB/OL].

③ <http://www.scip.org/content.cfm?itemnumber=2214&navItemNumber=492> [EB/OL].

占市场,在未来的竞争中赢得主动权等。

由此,我们可以将竞争情报概括为关于竞争对手、竞争环境和竞争战略的研究。竞争情报是为竞争目的而专门进行采集的,并且经过浓缩和提炼而发生了增值。充分开发和利用竞争情报有助于企业赢得和保持竞争优势。需要说明的是,在本书中,我们侧重于将竞争情报理解为一种信息产品,至于作为一种过程的竞争情报,则采用“竞争情报研究”来表征。

### 1.1.2 竞争情报的特点

由于竞争情报是传统情报的必然延伸和发展,所以它首先具有传统情报的一般特征,如知识性、非物质形态性、社会性、可传递性、积累性、价值性、商品性、可共享性、可重复使用性等,但它又区别于传统情报,具有明显的自身特点。一些专家对竞争情报的特点进行了探讨,例如,竞争情报具有商业性、对抗性、决策性、时效性、隐蔽性等特点<sup>①</sup>;竞争情报具有主体性、对抗性、综合性、动态性、谋略性、合法性等特点<sup>②</sup>;竞争情报具有客观性、导向性、综合性、系统性、时效性、开放性、可塑性、商品性、共享性、连续性等特点<sup>③</sup>;竞争情报具有对抗性、系统性、实效性、增值性、保密性、商业性等特点<sup>④</sup>。可以看出,关于竞争情报特点的相关研究,虽然在表述上略有差别,但在内容上却大同小异。竞争情报并不是简单的数据堆砌,也不是简单的信息加工,而是注入了很多创造性的智力劳动,是智谋性信息活动的结果。竞争情报强调通过创造性的智力劳动,从反映客观事物的信息中,分析、评价、识别真伪,形成新的增值了的信息产品,服务于企业的战略决策。

综合各方面的研究成果,本书认为,竞争情报主要具有对抗性、谋略性、动态性、合法性等特点。

#### (1) 对抗性

从起源来看,竞争情报源自军事情报和政治情报领域。这些领域都是在对方不协助、不配合甚至强烈反对的情况下去展开工作的。竞争情报涉及竞争对手、竞争环境和竞争战略三个方面,在激烈的市场竞争环境下,相关信

① 李映州,张宇.论竞争情报的特点[J].情报学报,1996(6):460-466.

② 吴永臻.竞争情报的基本特点分析[J].情报资料工作,1996(5):4-5.

③ 魏同悟.把握企业竞争情报的本质特征,提高企业竞争能力与水平[J].冶金信息导刊,1998(6):32-36.

④ 栗莉.90年代我国竞争情报研究综述[J].图书与情报,2001(3):25-28.

息的获取和分析同样存在着竞争对手不协助、不配合甚至强烈反对的情形，即与军事情报和政治情报工作在本质上极具相似性。有时，竞争对手也偶尔表现出一种协助、配合或不反对的“友好”姿态，但这往往是竞争对手在竞争过程中施用的一种策略和手腕，是为了迷惑对方，或者是为了以较小的代价换取更大的利益。可见，对抗性是竞争情报的本质特点。没有哪个竞争对手会心甘情愿地把可加工提炼为竞争情报的信息无偿地提供给竞争的另一方。

### (2) 谋略性

竞争情报中的“intelligence”在心理学和认知科学范畴中含有“智能”和“智谋”的意思。在激烈的市场竞争大舞台上，企业单靠一般的实力竞争显然是远远不够的，尤其是在技术经济领域，一些弱小的企业依赖运筹奇谋异计战胜实力雄厚的竞争对手的情况往往屡见不鲜。由此可见，在竞争场合里，企业的斗智斗谋能力常常是影响其竞争胜败的关键因素。竞争情报是面向企业竞争需要的，谋略性正是其生命力所在。

### (3) 动态性

对于企业而言，其内部情况和外部环境往往变化多端、反复无常，很多相关信息此一时、彼一时。可见，竞争情报必须是动态性的，否则就不可能真实地反映出某一瞬时的竞争态势。企业要想在日趋激烈和复杂的市场竞争中取胜，必须经常和连续不断地进行企业内部和外部信息的动态跟踪，设立监测指标、建立跟踪档案。

### (4) 合法性

由于竞争情报工作的特殊性，竞争情报行为常常容易与工商间谍行为相混淆。这主要是因为，在对抗的竞争环境中，竞争情报人员要想获得有价值的信息或情报，常规的信息工作手法一般难以奏效。取而代之的是，一些“打擦边球”的做法更容易得到竞争情报人员的青睐。但是，竞争情报行为是不能与工商间谍行为相混淆的。工商间谍行为以违法的谍报活动为特征，常常表现为蓄意侵犯竞争对手企业的商业秘密；而竞争情报行为必须以遵纪守法为前提，这是法制社会的必然要求。竞争情报行为与工商间谍行为是两种法律性质截然不同的行为。

实际上，从世界各国的竞争情报活动实践来看，竞争情报活动从一开始就排除了任何不正当竞争的成分。例如，美国 SCIP 在成立之初就制定并颁布了如下职业道德规范，而且几乎在每一次的年会上将职业道德问题列为主要议题之一：

①不断促进社会各界承认和尊重本地区、州和国家各级竞争情报工作。



②在保持最高水准的职业作风和避免任何不道德行为的同时，热情积极地履行自己的职责。

③满怀信心地坚持和执行所在公司的目标路线和方针政策。

④遵守所有现行法律。

⑤向所有咨询者准确无误地介绍所有相关信息，包括专业人员及其所属机构的身份。

⑥充分尊重所有对信息进行保密的要求。

⑦促进并鼓励充分遵守本公司的、与合同第三方有关的及全行业的行为规范。

可见，竞争情报的合法性是国家法律和社会伦理、道德的必然要求，也是竞争情报机构树立行业信誉以及生存和发展的必然要求。

合法性是区别竞争情报行为和工商间谍行为的重要依据。一种行为，究竟是竞争情报行为还是工商间谍行为，其直接依据是相关行为是否合乎法律的规定。在我国，主要是依据《中华人民共和国反不正当竞争法》、《中华人民共和国刑法》等相关法律。但在实践中，要想准确地区分这两种行为，有时会非常困难。在美国，有这样一个著名的案例：杜邦公司在得克萨斯的比尔蒙特开设了一家化工厂。由于工厂还在建设之中，厂房尚未加顶，但为安全起见，工厂在四周构筑了一道高深的围墙，并建立了严格的门卫制度。1969年3月19日，受某第三方的雇佣，摄影师克里斯托夫兄弟驾驶直升飞机飞越杜邦公司的上空，对杜邦公司新建厂房进行了拍摄，并将照片冲洗后交给了身份不明的第三方。杜邦公司为此对克里斯托夫兄弟进行起诉，告他们侵犯商业秘密。法院为杜邦公司是否应当支起棚架进行了激烈的争论，最终判决该公司正在建设的厂房属于商业秘密，克里斯托夫兄弟以不正当手段窃取信息，属于侵犯杜邦公司的商业秘密，同时要按照杜邦公司的要求披露其雇佣者。

联合国工业发展组织（United Nations Industrial Development Organization, UNIDO）在一份文件中对竞争情报作了如下描述：“对一个企业来说，外部环境中的任何变化，包括技术的、经济的以及政治的因素，都可能对企业的利益乃至其生存产生重大影响。如果能通过‘阅读’早期的预警信号，发现并预知这些可能的变化，就可以利用所剩的时间，预先采取相应的措施避开威胁，寻求新的发展机遇，这种能力在当今社会中正越来越变得至关重要了。”这段话所阐述的一系列智能性活动是对企业竞争情报研究及其社会应用的十分形象的描述。

与一般的情报活动相比，竞争情报研究还具有很强的目的性、时效性、