



和方法？这些问题构成了本书的主要研究内容，而研究方法也必然要直接面对并解决这些研究问题。

其次，研究方法的选择还取决于研究的目的。究其根本，方法是为目的服务的，研究方法是实现研究目的的基本路径和工具。本书的研究目的是立足竞争情报的视角，结合公共管理、公共服务、信息经济学、战略管理领域的相关理论，揭示我国产业在国际竞争中屡遭重创、招致损失背后的深层次原因，确立产业竞争情报的概念与理论体系，提出产业竞争情报服务的原理，剖析产业竞争情报的供给过程。由此，选择研究方法时充分利用了逻辑分析和演绎移植的原则，以文献调研、案例分析等方法揭示产业竞争情报的本质规律；利用社会调查和结构化分析的方法研究产业竞争情报服务体系运行的内在机理、关键要素、主要影响因素和相互限制的关系；同时辅以量化统计分析与对比分析等方法开展研究，以实现研究目的。

(1) 文献调研

通过互联网、各类数据库等渠道对大量国内外相关研究成果进行搜集、整理，就所获资料进行研读、分析和总结。文献调研既支撑了本书对于产业竞争情报内涵和基础理论的研究，也有助于作者充分了解前人研究进展、吸收精髓和营养，寻找预留的研究空白与空间，为开展更为深入的研究工作提供契机。

(2) 社会调查

通过向代表性企业发放调查问卷，政府部门、行业协会、科技情报机构相关负责人及专家进行深度访谈等，获取一手数据信息，进行规范性的统计分析，确保对产业竞争情报需求特征、企业开展竞争情报工作的现状和基础准确的了解，并保证所得研究结论的真实与可靠。

(3) 案例分析与比较研究

广泛收集美国、加拿大、日本、韩国、中国台湾等国家和地区产业竞争情报服务实践案例，针对典型案例进行重点研究并进行综合比较，总结新时期国际竞争背景下典型国家和地区在开展产业竞争情报工作的特色做法、从理论化角度提炼产业竞争情报服务的典型供给范式。

(4) 结构化系统分析方法

利用 IDEFO 方法建立模型，以结构化与图形化的表达方式，清楚、严谨地将产业竞争情报服务体系这一复杂系统的结构、功能、内在关联性和限制性表达出来，有利于研究产业竞争情报服务体系的内在机理和运行机制。



(3) 船舶工业

据统计,在2007年中国船舶工业就已经赶超韩国晋身全球第一,在2010年全国造船完工量6560万载重吨,同比增长54.6%;新承接船舶订单量7523万载重吨,比2009年同期新接订单量增长1.9倍,承接新船订单量稳居世界第一;截至12月底,手持船舶订单量19590万载重吨,比2009年年底手持订单上升4.1%,占世界市场份额也进一步提升^①。中国船舶现出口到包括希腊、挪威、德国、美国、英国等世界九大航运国在内的166个国家和地区,中国制造的船舶产品得到了世界市场的广泛认可^②。

(4) 服装产业

中国既是世界上最大的服装生产国,也是最大的消费国,自1994年以16.7%的国际市场占有率超过意大利跃居世界第一后,中国服装产业的国际市场占有率一直稳居首位,到2006年甚至高出欧盟25国的总和^③。自改革开放30年来,中国服装总产量增长53倍,国内消费额增长54倍以上,出口创汇额增长163倍,中国服装产业目前已经拥有了日益完善的产业链,具备了强劲的国际竞争实力^④。

(5) 纺织产业

根据中国纺织工业协会公布的数据,2010年我国纺织业规模以上企业产值超过4万亿元,出口额超过1.3万亿元,利润将突破2000亿元,利润增幅高达40%。作为纺织品生产和出口的大国,中国纺织行业近年来已经处于快速发展阶段,形成了世界上最完整的产业链,拥有最高的加工配套水平和众多发达的产业集群地,并且在知识产权能力建设方面得到很大提升,具备了十分明显的国际竞争优势^⑤。

① 2010年全国船舶工业经济运行情况[EB/OL].[2011-10-09].http://www.chinaship.cn/tjxx/201102/t20110222_60621.htm.

② 我国船舶工业占全球造船份额上升[EB/OL].[2011-10-09].<http://www.shangjuyuan.com/forum/article-s0ydr0dbosbr8-1.html>.

③ 加强和提高中国服装产业的竞争力[EB/OL].[2011-10-10].http://www.ce.cn/cysc/newmain/list/qg/200812/18/t20081218_17711886.shtml.

④ 中国服装业寄望危机后的2010华丽转身[EB/OL].[2011-10-10].http://class.wtojob.com/class10035_48314.shtml.

⑤ 2010年中国纺织业利润猛增40%背后[EB/OL].[2011-10-10].<http://info.china.alibaba.com/news/detail/v0-d1014858222.html>.



国优势产业存在的不足也十分明显，主要表现为如下。

(1) 技术创新能力较弱

在许多优势产业中，长期采取来料加工的运作方式，对引进的产品和技术没有进行深入的消化吸收再创新，缺乏自主知识产权，长期受到知识产权拥有国家的制约，其中汽车、船舶等产业尤为突出^①。

(2) 缺乏高级管理人才和高素质的技术工人^②

“中国制造”的产品质量往往受到外界的诟病，提高产品质量是我国产业保持竞争优势的当务之急。然而高级管理人才和高素质技术工人是提高制造水平的重要因素，缺乏高级管理人才和高素质技术工人是中国制造业向高端发展的瓶颈，是提高产品质量，实现产业升级的障碍。

(3) 企业对外依存度高

在高额的产品出口数量中，大量的产品都是来自外商投资企业，这类企业多采取三来一补的加工贸易方式，产品以外销为主。企业的生存依赖国外的需求及外部订单的多寡，这类企业受国际市场环境变化影响严重。

(4) 产业尚处于全球产业链条的低端

过分倚重加工贸易的对外贸易模式也给中国制造业的长远发展带来隐忧。在我国的加工贸易中，外商投资企业完全掌握着市场和销售渠道，严密控制核心技术，技术和产品的开发程序留在境外，而中方只参与简单的加工装配环节。还有些外商甚至将技术水平低下、环境污染严重的工业转移到我国生产，给我国环境带来灾害性的后果。在原料使用方面，通常是从外国大量进口原材料，这给我国国内相关原料工业的发展带来障碍，延滞了整个加工贸易的升级和国内配套程度的提高，从而延误了加工贸易对产业的带动作用^③。因此，我国产业更多的还是处于全球产业链中的低端位置。

(5) 信息与情报服务体系建设不足

应对国际竞争，需要良好的信息环境支撑，需要充分而完善的信息情报服务作保障。但目前国内在这方面还存在明显不足，表现在对面向全产业链的信息与情报服务重视程度不够、缺乏统一规划，存在条块分割、体系薄弱、发展滞后等问题，“信息不畅，盲人摸象”已经成为限制产业升级和竞争力提

① 李菲，秦升．中国制造业国际竞争力的显示性指标分析[J]．统计与决策，2007(3)：80-82.

② 刘翀．中国制造业国际竞争力研究[D]．东南大学，2005：29.

③ 张喜民，赵玉霞．基于制造业全球价值链的中国企业国际竞争战略选择[J]．2006，(5)：93-97.



究的一个分支方向^①。作为一项综合性的研究领域，竞争情报的研究与实践涉及经济学、市场营销、军事理论、信息科学和战略管理等诸多学科理论，能够在企业、政府乃至国家的战略决策中起到重要作用。经过几十年的研究发展，目前的竞争情报已然形成了一套独特的理论方法体系，成为独立、完整的学科领域。国内情报学界众多学者从竞争情报的相关理论、方法以及实践的各方面开展了大量的研究工作，产出了众多学术成果，也为企业等主体应对竞争发挥了重要作用。

随着竞争情报的不断发展，其研究领域、研究内容、服务对象的范围也在不断地延伸和拓展。尤其是近年来，全球经济一体化程度不断提高，竞争情报工作在产业以及国家层面的重要战略意义日益凸显，随着国际竞争的日益激烈，国际竞争更多地表现为产业与产业之间的竞争，亟须开展面向重点产业的竞争情报工作，使竞争情报更好地服务于国家或区域内特定产业的整体竞争力提升。本章通过对国内外研究文献和实践案例的调研查阅，总结梳理竞争情报的发展演进历程，进而对产业竞争情报的产生背景、研究实践现状、内涵边界、属性特征等内容进行分析和探讨，勾勒出产业竞争情报的理论体系。

3.1 竞争情报的发展脉络与演进历程述评

国外有学者认为竞争情报的发展可以划分为4个阶段：竞争性数据收集阶段（competitive data gathering，1980年之前）；产业与竞争者分析阶段（industry and competitor analysis，1980—1987）；竞争情报阶段（competitive intelligence，1988年至今）；将竞争情报作为核心竞争力的阶段（未来的发展阶段）^②。这种阶段的划分反映了各个不同阶段所重视的工作与研究内容，能在一定程度上对竞争情报的发展有所反映。而从当代竞争情报的发展脉络以及演进历程来看，可以发现不同的历史时期，由于主要竞争主体与竞争对象的不同，情报工作的内容与对象也存在着一定差别。第二次世界大战时期，受到战场竞争的驱动，军事情报得到了大力发展。第二次世界大战后，正面战

^① 谢新洲，金学慧．我国竞争情报历程与未来发展研究[A]//谢新洲．竞争情报进展（2010）[M]．北京：科学技术文献出版社，2010：32-62．

^② Prescott J E. The evolution of competitive intelligence[J]. International Review of Strategic Management, 1995 (6): 71-90.

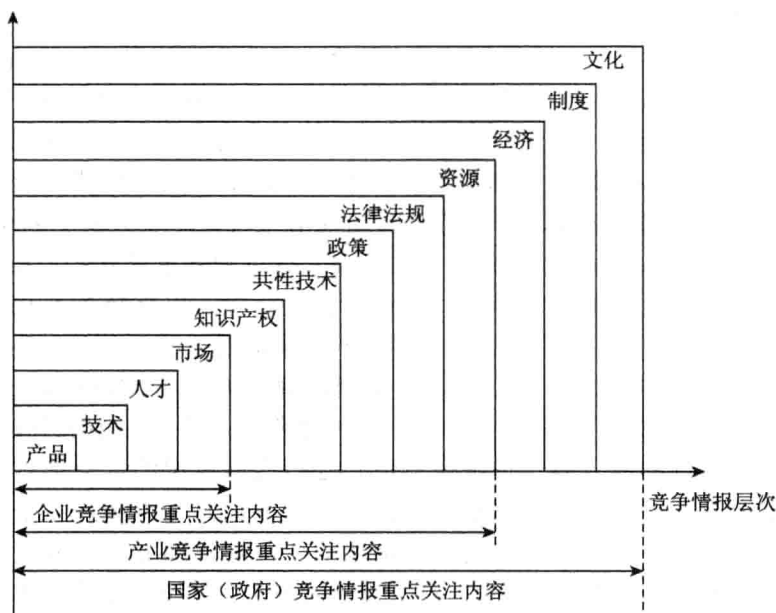


图 3-2 竞争情报体系结构与关注的主要内容示意图

(1) 竞争对手情报

竞争对手是指在与竞争主体有共同目标的市场上，已有或可能有利害冲突的组织。针对竞争对手开展情报活动的目的是要了解竞争对手在参与市场竞争中可能采取的战略行动，把握竞争对手成功的经验或失败的教训，洞察各竞争对手在竞争中对其他公司的行动倾向可能做出的反应，以及各竞争对手对可能发生的行业变化或更广泛的竞争环境变化可能做出的反应等^①。竞争对手情报分析是一个系统分析的过程，涉及识别并确认竞争对手、识别并判断竞争对手的目标和假设、确认并判断竞争对手的战略、评估竞争对手的实力、预测竞争对手的反应、选择攻击或回避的竞争对手等步骤^②。进行竞争对手情报分析的变量包括：未来目标、当前战略、产品、人才、能力及其可能的应对措施等。竞争对手情报是最具有表征意义的竞争情报问题之一，也是产业竞争情报范畴中最为核心的内容之一。

① 包昌火，谢新洲．竞争情报与企业竞争力[M]．北京：华夏出版社，2001：62．

② France Bouthillier, Kathleen Shearer. Assessing Competitive Intelligence Software: a Guide to Evaluating CI Technology[M]. Bouthillier; Thomas H. Hoan, 2003: 34-37.



依次编码为1~4。结果说明,已经设置竞争情报部门的企业对竞争情报工作的依赖性最强,而且这些企业中的竞争情报工作已经发挥着重要作用。

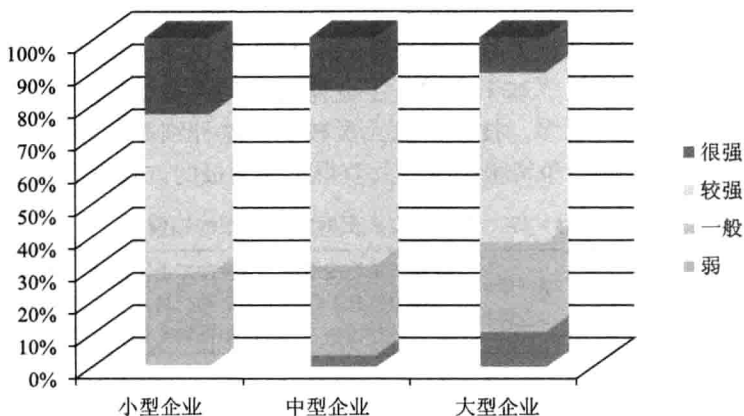


图4-12 企业对竞争情报工作的依赖程度（按企业规模分）

企业竞争情报工作现状与企业对竞争情报工作依赖程度的卡方检验 ($P = 0.009$) 以及秩序相关性检验 (Spearman's $\rho = 0.27$; $P = 0.00$) 也表明,当显著性水平为0.05时,企业的竞争情报工作与对竞争情报的依赖性之间存在着正相关性。这进一步说明了企业竞争情报工作的规范化、制度化与企业对竞争情报工作的依赖性之间存在着互动关系,即规范化与制度化的竞争情报活动会提高竞争情报工作的水平与质量,进而促进企业对竞争情报工作的依赖性;反之,这种依赖性也会为竞争情报活动带来更多投入,从而不断提高竞争情报工作的规范化、制度化水平。

4.2.5 不同工作岗位人员视角下的竞争情报

除了从企业规模与所在行业角度这两个外在维度分析竞争情报工作现状,本次调研还尝试着从企业内在角度,即从受访人的职位特征角度来分析企业的竞争情报需求。这样做的目的是从微观角度判断处于不同性质工作岗位中的人员对竞争情报的认识与感知是否相同?如果不同,存在的差异是什么?

此次调研将受访人的工作职位划分类三类,即“战略管理类”“市场营销类”与“技术研发类”,并依次编码为1~3。

(1) 不同类型职位人员对竞争情报的认知

调查中不同职位人员对竞争情报的理解如表4-19、图4-13所示。从描述统计结果来看,有效样本中(194个)的大部分人员无论处于何种工作岗



表 4-24 对竞争对手情报的需求分布

		不需要	一般性需要	迫切需要	缺失值	合计
国内直接竞争对手动态	计数	4	73	156	5	238
	百分比 (%)	1.7	30.7	65.5	2.1	100
国内潜在竞争对手动态	计数	14	120	94	10	238
	百分比 (%)	5.9	50.4	39.5	4.2	100
国外直接竞争对手动态	计数	41	108	78	11	238
	百分比 (%)	17.2	45.4	32.8	4.6	100
国外潜在竞争对手动态	计数	63	109	53	13	238
	百分比 (%)	26.5	45.8	22.3	5.5	100
合计	计数	122	410	381	39	—
	百分比 (%)	12.8	43.1	40.0	4.1	—

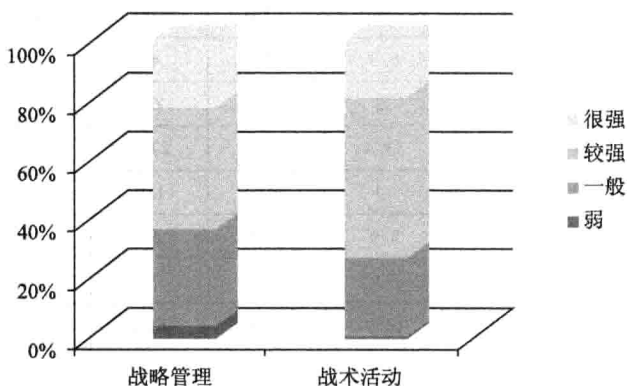


图 4-18 对竞争对手情报的需求分布

通过上述结果还可以发现,企业对竞争对手情报的需求强度与其所感受到的威胁具有一定的相关性。从市场竞争角度分析,直接竞争对手给企业所带来的威胁是最大的,其次是潜在竞争对手,而在企业的竞争情报需求中恰恰反映出了这一点:因为面临直接竞争对手的强大竞争压力,企业对直接竞争对手动态的需求高于潜在竞争对手。同时由于市场定位因素,相对于国外竞争对手动态,我国企业对国内竞争对手动态的情报需求要更加强烈。总体来说,企业更加关注那些给其带来直接市场竞争压力的竞争对手,而对产业竞争情报中的竞争对手情报的需求相对较低。



法规情报需求的特征。这一结果与市场情报需求的调查结果是一致的。

4.3.2 产业竞争情报需求的影响因素分析

企业的竞争情报需求是受多方面影响的，如社会因素、技术因素以及企业自身因素等^①。从企业自身因素来看，企业规模、管理人员素质、企业战略等都会影响到其竞争情报需求。同时从竞争情报角度来看，竞争情报意识、决策层重视程度、工作条件等因素也会影响到企业的竞争情报需求。限于研究范围，下文将重点从企业规模、行业背景、岗位背景等方面分析对产业竞争情报需求的影响因素。

(1) 企业规模

企业规模与企业竞争情报需求间的卡方检验以及秩序相关性检验结果如表 4-28 所示。本问卷中企业规模按大小依次编码为 1~3，竞争情报需求强度也依次编码为 1~3。

表 4-28 企业规模与产业竞争情报需求相关性检验结果

	秩序相关性检验 (Spearman)	卡方检验 (Linear-by-linear Association)
国外直接竞争对手动态	<i>R = 0.171, P = 0.010</i>	<i>P = 0.011</i>
国内竞争对手专利信息	<i>R = 0.197, P = 0.003</i>	<i>P = 0.003</i>
国外竞争对手专利信息	<i>R = 0.192, P = 0.004</i>	<i>P = 0.008</i>
所属产业国内专利分布	<i>R = 0.175, P = 0.008</i>	<i>P = 0.012</i>
所属产业国外专利分布	<i>R = 0.171, P = 0.010</i>	<i>P = 0.013</i>
国外目标市场商情	<i>R = 0.191, P = 0.040</i>	<i>P = 0.006</i>
国外市场竞争态势	<i>R = 0.120, P = 0.070</i>	<i>P = 0.072</i>

注：斜体表示相关检验中伴随概率小于 0.05

卡方检验结果表明，当显著性水平为 0.05 时，不同规模企业在“国外直接竞争对手动态”“国内竞争对手专利信息”“国外竞争对手专利信息”等多个具体竞争情报需求上都存在显著差异。而秩序相关性 (Spearman) 检验结果则进一步表明，企业对上述类型竞争情报的需求强度与企业规模间具有正相关性，尽管相关强度较小。换言之，企业规模越大，则对上述竞争情报的

^① 张莉，杨海平．企业竞争情报需求的理性分析[J]．图书馆杂志，2003，22（10）：19-21．



4.4 小结

产业竞争情报研究对于竞争情报理论研究发展,以及完善我国情报服务体系来说都具有重要的现实和理论意义。本章的研究目标就是通过问卷调查在了解国内企业竞争情报工作开展现状的基础上,把握产业竞争情报的需求特点和规律。

本次问卷调查采用典型调查的方法,分别选择湖南和江苏两个具有代表性的区域进行调查。首先从企业外部—内部两个维度对国内企业的竞争情报工作现状进行梳理和研究,分别从行业背景和企业规模两种外在维度,以及从企业内部不同类型职位人员对竞争情报工作的认知这一内在维度来探讨企业竞争情报工作的开展状况。研究结果表明,目前绝大部分企业都能够正确认识竞争情报这一概念,但企业开展竞争情报工作的水平还较低,在专职竞争情报部门设置、已有竞争情报工作基础方面还有较大的发展空间,大部分企业并未形成正式而规范的竞争情报工作体系。

本次调查的另一重点内容是分析产业竞争情报需求特征和影响因素。研究过程中将产业竞争情报细化为“竞争对手信息和情报”“技术信息和情报”“市场信息和情报”以及“政策法规信息和情报”4个方面,详细分析企业对每种类型的产业竞争情报的需求特点。同时,对影响产业竞争情报需求的重要因素进行剖析和提炼。

调查结果表明,企业规模、行业背景以及企业发展阶段都是影响企业对产业竞争情报需求的重要因素。同时,产业竞争情报的需求也会受到企业已有竞争情报工作基础的影响,二者间具有一定的互动关系,良好的工作基础更利于企业明确自身的产业竞争情报需求。

在企业对产业竞争情报需求的特征方面,调查结果表明,我国企业的产业竞争情报需求具有行业差异显著、类型多样、目标明确的特点,而且对产业竞争情报的需求强度与其所感受到的竞争压力与环境威胁间具有相关性。一方面企业需要竞争对手情报、市场情报、技术情报和政策法规等全方位的情报支持,另一方面他们更为关注来自国内的各类情报。从整体来看,企业对产业竞争情报中的技术类情报表现出较强的需求,但对专利信息的运用还非常不足。企业规模、行业背景、发展阶段等企业自身因素,以及企业已有竞争情报工作对产业竞争情报需求的影响比较突出,相对而言工作岗位性质的影响要弱一些。



大联邦政府下设机构之一，自1916年起就开始为加拿大的科技发展提供支撑服务。NRC最初主要是为政府决策提供咨询，第二次世界大战期间为迎合盟军需求而迅速发展成以研发为主的机构。从第二次世界大战结束到20世纪60年代，NRC在加拿大科学与工程发展中起着重要的作用。自20世纪70~80年代开始，其工作重心开始转向为产业前沿研究提供支撑，这种传统一直延续到了今天。此外，20世纪90年代以后，NRC还致力于与加拿大公共部门、私人部门以及国际组织发展合作关系，以推动加拿大的技术发展和财富创造。NRC牵头组织的科研院所或者国家级计划有20多个，在加拿大各个省份的创新活动中都占据着重要的地位。这些机构和计划所面向的领域主要包括以下5类：生命科学、物理科学、工程学、技术和产业支持，以及企业管理，其中NRC-IRAP（NRC Industrial Research Assistance Program）计划属于其中的技术和产业支持类别。

NRC-IRAP计划于1947年启动，是首个为促进加拿大重点产业特别是产业中的中小企业创新而制订的计划。该计划旨在帮助解决加拿大重点产业及企业群体创新活动中的各种需求，从而提高加拿大企业的创新能力，通过技术创新带动加拿大的财富创造。IRAP是NRC工作中重要的一个模块，被称为“加拿大创新系统的基石”，可以说是世界上同类计划中最具代表性的一个。

NRC-IRAP的主要工作内容是为重点产业、产业集群中的中小企业群体提供研发、市场化等领域的相关技术和商业信息咨询服务，包括企业所需的各类信息与情报、客户解决方案等，同时NRC-IRAP还注重为重点产业、企业以及各类服务机构搭建联系的桥梁，提供合作机会。其中的很多工作内容都属于产业竞争情报服务。通过NRC-IRAP的工作，加拿大很多产业和企业群体能够更好地进行研发活动，并加快了产品和服务的商业化进程，有力地增强了市场竞争优势。

②NRC-IRAP提供产业竞争情报服务的地域和产业范围

NRC-IRAP是一个分布式国家级计划，其服务范围涵盖加拿大全国的五大区域，分别为太平洋区域、西部区域、安大略区域、魁北克区域、大西洋和努纳武特区域。NRC-IRAP服务的产业领域也很宽泛，几乎囊括加拿大大部分的产业。但计划实施中，又会根据不同区域产业发展需求的特点而有针对性地进行服务。表5-2是各大区域中NRC-IRAP的主要服务产业。



情报服务机构之间并不是相互孤立的，这些机构与企业之间也不是简单的供求关系，而是相互联系相互配合的。日本驻海外的各个大使馆为日本政府所提供的政府情报中，各产业情报服务机构的海外分支机构也是其重要的情报来源。

③重视人才培养与宏观指导。日本政府建立了国家“产业安全学院”和“研究开发战略中心”，加强对竞争情报活动的宏观指导以及高级人才培养^①。

(3) 日本产业竞争情报供给的特点

日本产业竞争情报实践中，官方机构、半官方机构、综合商社、各类社团组织都发挥着重要的作用，它们构成了日本产业竞争情报供给的主体。这种模式的实施需要有成熟的公共物品或者准公共物品供应机制，政府有较为成熟的经验和做法。

日本的这种供给模式与其国情具有很强的相关性。由于日本的市场机制比较成熟，企业的竞争情报工作基础扎实，而政府在经济发展中的作用比较突出。在这种供给模式之中，政府既是产业竞争情报的直接供给者之一，对半官方机构进行资金和政策支持，又是产业竞争情报的间接供给者，另外还承担着对全民进行竞争情报意识培养的工作，在全国形成一种重视竞争情报的氛围。此外，日本的民间机构与政府有着独特的联系，对经济的干预力量也较强，各民间机构也在积极地参与产业竞争情报的服务。这样官方、半官方机构以及各民间团体形成一种互相联系、密不可分的产业竞争情报服务体系。

日本产业竞争情报服务体系中政府、市场以及第三方机构构成了主要供给力量，它们之间是一种竞争合作的关系，彼此互为补充。第三方机构的参与避免了单纯由政府供给或者市场供给所造成的失灵现象，提高了供给效率。

5.1.4 中国台湾地区产业竞争情报服务与实践——以 ITIS 计划为例^②

台湾地区是亚洲比较早便开展产业竞争情报服务实践的区域，具体可以追溯到 20 世纪 60 年代末。1969 年，隶属于台湾岛内“经济部”的原金属工

^① 彭靖里. 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): 446-448.

^② 张锦顺, 赵筱媛, 郑彦宁. 台湾地区提升产业竞争力情报服务现状总结与特点分析——以 ITIS 计划及其参与机构为例[J]. 图书情报工作, 2010 (4): 56-60.



表 5-11 典型国家和地区产业竞争情报服务比较

	美国	加拿大	日本	中国台湾
供给主体	政府机构、行业组织、大型企业	政府机构、政府资助下的非营利性机构、行业组织	政府机构、政府资助下的非营利性机构、行业组织、大型企业	政府机构、政府资助下的非营利性机构、行业组织
资金主要来源	政府、企业	政府	企业、政府	政府
政府角色	供给主体之一，资金、政策支持	主要供给主体	供给主体之一，资金、政策支持	资金、政策支持
方式特点	以市场运作为基础，政府面向重点产业、领域及中小企业用户群	以政府作用为主，政府利用计划项目联合第三部门供给	政府、第三部门、企业等多主体供给	政府提供资金和政策，由第三部门联合供给

5.2 中国大陆产业竞争情报服务实践现状——以科技情报机构实践为例

相较于美国、加拿大、日本和中国台湾在面向本土重点产业、优势产业开展竞争情报服务的实践进展，大陆地区的产业竞争情报起步较晚，现有的服务还缺乏全局规划，尚未形成体系。但通过对国内情况的摸底调研发现，近年来一些政府部门、非营利性科研机构、高等院校、行业协会以及营利性机构的实践活动具有产业竞争情报的色彩，显示了产业竞争情报业务正在悄然兴起。

国家工业和信息化部、商务部所建设的信息服务网络“中国中小企业信息网”“中国外经贸企业服务网”，是政府部门所开展的面向不同产业、用户不唯一的情报信息服务的典型代表，对于提升国家或地区产业竞争能力非常有利，并对不同产业中的中小企业发展以及出口型企业防范风险起到了支撑作用。

以中国风能协会^①、中国五金制品协会^②、中国家用电器协会^③等行业协会为代表的行业组织，也在积极开展为本产业内企业群体的情报服务。通过为业内众多企业搭建直接了解行业发展动态、把握行业发展方向、发现新客户与合作伙伴、规避技术壁垒及潜在威胁、近距离了解业内竞争对手各方面

① 中国风能协会[EB/OL]. [2011-11-20]. <http://www.cwea.org.cn>.

② 中国五金制品协会[EB/OL]. [2011-11-20]. <http://www.chinahardware.org.cn/>.

③ 中国家用电器协会[EB/OL]. [2012-2-20]. <http://www.cheaa.org/>.



上有所差别。对于联盟成员共同攻关过程中依靠联盟力量获取、提炼或分析形成的情报产品，也是联盟中多家成员都需要的具有公共品属性的情报产品，应在一定机制下在联盟内得到共享。如果是成员依靠自身力量获得、分析或产生的情报，但同时可能被多家联盟成员需要，应在不损害个体成员利益的前提下，依据一定机制在联盟内进行共享，并可以按照情报产生的价值获得相应的补偿及奖励。如果是成员企业自身的情报（如商业机密等）或者依靠成员企业自身力量获得、分析而产生的情报且无意愿向其他成员单位共享，则无须共享。

（2）政府计划引导型供给范式

政府通过战略与计划的部署和引导，组织不同类型的机构共同为重点产业发展提供竞争情报支撑，是协同型供给范式的另一种表现形式。在第5章介绍的中国台湾 ITIS 计划以及加拿大 NRC - IRAP 计划都是这种供给范式的典型案例。

由中国台湾“经济部”牵头组织，共7家机构参与实施的 ITIS 计划是为台湾岛内重点产业提供产业技术情报服务而建立起来的跨领域情报服务平台。这7家机构包括工业技术研究院、资讯工业策进会、金属工业研究发展中心、生物技术开发中心、食品工业发展研究所、纺织产业综合研究所、台湾经济研究院，这些参与机构都是岛内电子信息、机械金属、化学民生及生物医药等产业内的主要非营利性科研机构。中国台湾当局为 ITIS 计划的实施提供了稳定的资金与政策保障，该计划充分发挥了各参与机构自身的优势，利用他们相互间的协同运作有效地促进了中国台湾重点产业的发展。

加拿大政府通过 NRC - IRAP 这样一个全国性专项竞争情报服务计划，将联邦政府、地方政府、专业情报信息机构和营利性公司等机构紧密联系在一起，形成互相合作的竞争情报供给与服务体系。NRC - IRAP 计划的服务范围涵盖加拿大全国的五大区域，包括太平洋区域、西部区域、安大略区域、魁北克区域、大西洋和努纳武特区域，其服务的产业范围也同样很广泛，几乎囊括加拿大所有的产业。同时，NRC - IRAP 计划中，还由政府出资建立了加拿大技术网络平台（CTN）。NRC - IRAP 计划的参与机构众多，联邦层面上即包括了加拿大商业发展银行、加拿大商业部、加拿大管理咨询协会、加拿大自然科学和工程研究理事会在内的16家机构，省及区域层面上还囊括了非营利性科研机构、高等院校、行业协会、营利性咨询公司等50余家不同类型的机构。

通过政府计划引导型供给范式可以有效地调动政府、行业协会、非营利性研究机构、高等院校、营利性机构等组织，融合公共信息资源和服务平台