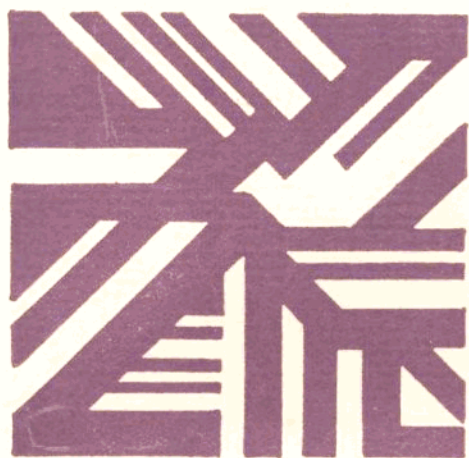


企业情报
知识丛书



企业情报的收集与整理

钟昌式、张 汀 编著

学术期刊出版社出版

内 容 提 要

企业情报工作是现代化企业参加市场竞争的重要工作，本书结合企业对情报需求特点系统介绍企业收集情报的类型、重点及方法；同时结合企业经营的实际，论述对收集的情报如何充分有效地整理，本书适合广大企业情报工作人员阅读，也可供图书馆情报部门工作人员参考。

前 言

在当代社会中，一个企业要在商品经济环境中获得生存与发展，必须把围绕本企业有关的情报收集与利用放到重要位置上。因为，千变万化的市场，日新月异的发明创造，使一切企业在竞争中面临严峻的形势，如果没有及时、准确、广泛而实用的情报，就会使得企业耳目闭塞，信息不灵，失去参加竞争的机遇，也就失去了存在和发展的条件。

众所周知，企业是以自己的产品显示自己存在价值的，而产品是否适合社会的需要，则又决定着企业的命运。市场对产品的需要是处在不断变化过程中的，为了生产适销对路、并为用户欢迎的产品，一切企业就要不断地了解、研究变化中的市场。

在现代的商品经济社会里，由于市场变化快，人们的需要多样化，加以科学技术的成果多，信息传播渠道广，一方面造成了情报爆炸，另一方面又形成了收集对口适用情报的难度。在现代化企业中，如果不将企业情报工作独立地进行组织加以专业化，放在重要位置上，而象过去那种小生产环境的手工业作坊做法，依靠片面的、零星的情报作为安排生产的依据，或者象产品经济环境中那样，靠政府指令去组织生产，是不能适应形势需要的。

企业情报的收集和管理，就是现代化企业管理中一项专门化的工作，它是企业为了自己适应市场变化，科技发展和

用户需求而建立起来的一个科学的企业情报系统中重要组成部分，它也是为企业决定技术政策，进行生产部署，改进组织管理，加快产品升级换代，不断提高自身营运效果，提供情报依据的基础性工作。

企业情报的收集和管理内容非常丰富，它包括研究情报市场、选择适用情报、收集各种信息、科学整理情报、妥善保存情报、不断剔除过时与不适用情报等企业情报工作中的大部分环节。而更为重要的是，通过这些环节，把企业情报工作的基础真正建立起来，能够随时地提供最新颖、最全面、最准确、最完整的科学化的情报，供企业领导和情报研究人员参考。

研究企业情报的收集与管理，不仅应懂得企业情报收集的原则与方法，情报管理的一般业务和技术，而且要了解本企业生产范围和规模，国内外同业的生产厂家、教学和科研机构概况，本企业产品的市场销售状况等等。

本书是《企业情报知识丛书》的一个分册，它是为企业情报工作人员编写的。书中介绍的内容，不仅适合企业情报收集与管理人員阅读，也适合企业情报工作人员、企业管理人员参考。因为无论是企业情报人员或者是管理人员，要有效地利用本企业的情报，是不能不了解企业情报工作的基础知识的。

作为一种专门性知识来介绍企业情报的收集和管理，国内相同类型的出版物并不多。由于我们实践经验不足，加以成书时间仓促，不妥之处甚多，希望读者批评指正。

企业情报的收集与整理

目 录

前 言	1
第一章 企业情报收集的意义和作用	1
第一节 企业情报收集的意义	1
第二节 企业情报整理的意义	7
第二章 文献情报源	12
第一节 报纸、期刊	12
第二节 科技图书	17
第三节 特种文献	24
第四节 难得文献	30
第三章 非文献情报源	34
第一节 会议情报源	35
第二节 广告情报源	40
第三节 活动情报	45
第四章 企业情报的选择与收集	51
第一节 企业情报的选择	52
第二节 企业情报的收集	58
第五章 企业情报的登记	66
第一节 企业情报登记前的复选	67

第二节	文献性情报的登记·····	69
第三节	非文献性情报的登记·····	75
第四节	企业情报的总括登记·····	76
第六章	文献的目录编制·····	77
第一节	文献目录的款目·····	80
第二节	文献款目的著录·····	83
第三节	文献款目的组织·····	94
第七章	企业情报资料的分类·····	103
第一节	中国图书资料的分类法·····	104
第二节	情报、资料分类工作·····	115
第三节	分类号码的编制·····	124
第八章	企业情报资料的标题·····	130
第一节	叙词法概说·····	132
第二节	《汉语主题词表》·····	142
第三节	《汉语主题词表》的使用·····	152
第九章	文献收集、整理的管理工作·····	160
第一节	系统化管理·····	161
第二节	规范化管理·····	163
第三节	多元化管理·····	167
后 记	·····	169
参考书目	·····	170

第一章 企业情报收集的 意义和作用

现代化的企业需要现代化的情报作为其生产、经营、销售的决策依据，而现代化的情报工作，其基础是情报收集和整理工作。如果没有及时收集到广泛而准确的情报并进行科学地整理，企业情报部门就无法开展情报调研等活动，企业管理工作者自然也就无法进行科学的决策。如果说，企业情报工作的质量决定着企业的生存能力，那么，企业情报收集和整理工作的好坏，由于制约着企业情报工作质量，也对企业能否生存和发展起着重要的影响。

第一节 企业情报收集的意义

在社会主义商品经济环境中，企业生产的特点是不断地根据市场需求，提供适销对路的商品，它同过去那种由上级主管部门下达生产计划，企业根据指令完成符合质量和数量要求的产品有着根本的差别。很显然，前者比后者要复杂得多、困难得多，因为在产品经济环境中，生产原料由上面调拨，产品由上面组织销售，企业只负责生产，对于只负责生产任务的企业来说，只要有一定设备，有一定数量的管理人员和技术人员，有一批从事生产操作的工人就可以使企业正常地运转起来。但在社会主义商品经济环境中，情况就大大

变化了，作为一个企业来说，它不但要使企业正常地进行生产，而且要到市场上购置原料，要自行设计自己的产品，还要把生产出来的产品成为市场上所需要的商品，推销出去。在这一个个环节中，不仅要使其有机地结合成为一个系统，而且要从经济上精打细算，包括购置的原料优质低价，提高全员劳动生产率，节约能源消耗，注意防止环境污染，组织产品宣传和市场销售，从而获得较好经济效益，不断提高企业职工福利；有能力更新设备，进行智力投资，提高企业职工素质；为社会提供更多更好的商品，实现良性循环。总之，使企业在社会主义商品经济社会中不仅能得到生存，而且获得发展。

由于企业从产品经济向商品经济过渡中，经营的难度增大了许多倍，因而，企业的管理工作必需作大的变动。具体地说，除应当继续组织好企业生产外，必须大力加强企业情报工作和产品推销工作。这特别是在我国企业界，由于长期以来是一种产品经济结构，许多企业只管厂内生产，不问厂外市物，缺乏商品经济意识，不仅缺乏情报工作和组织产品销售经验，甚至根本认识不到这两项工作的价值和对于企业生存与发展的重大意义，就更有必要提高对这两项工作的认识，并大力加强这方面工作。

企业情报收集工作在现代企业中的意义，至少有以下四点：

一、为发展新产品提供依据

在商品经济环境中，企业的产品必需符合市场需要，企业情报工作通过收集到的国内外市场信息，能够为企业发展

新产品提供确切可靠的材料。要知道，现代市场是快速多变的，商品使用者的需要是多样化的，面对这一现实，一个企业在发展新产品时，仅仅根据表面的、片面的市场商品销售情况，就盲目决定上新产品，那是十分危险的。为了避免出现这种危险，企业必须组织强有力的情报机构，作为企业的耳目和参谋，不断地、反复地、全面地收集市场商品销售信息，为企业管理人员提供全面、准确、及时的情报，作为发展新产品的依据，以避免经营上的失误。这同军事行动必须依靠军事情报，了解情况，进行科学决策方能取得胜利一样，是现代企业经营上头等重要的大事。

在我国经济体制改革过程中，不少企业也开始重视了解市场信息，作为自己发展新产品的依据。但是，前面说过，在现代商品经济环境中，企业的经营是一个系统工程，要使自己发展的新产品成为市场上适销对路的商品，仅仅依靠市场信息还是远远不够的。在这方面，我们不少企业因为忽视情报工作造成损失的例子不计其数，例如：现代家庭电器是一种适销商品，目前市场上还是缺货，于是不少企业大上家庭电器，如洗衣机、电视机、收音机、电冰箱等，由于他们的情报工作只限于表面的了解市场需要，结果因为不少生产企业都在上同类产品，一些品种例如洗衣机、录音机已处在市场需要的饱和状态，造成销售方面的困难。另一些产品，如电视机、电冰箱也将出现同样的情况。由此可见，作为为发展新产品提供依据的企业情报收集，不仅要注意市场销售的信息，注意其发展趋势，还要收集同行业企业生产能力、产品性能，真正做到情报全面而又准确，便于本企业发展的新产品能够出奇制胜，在市场上成为畅销商品。

二、为采用新技术、新工艺提供依据。

在市场上商品日新月异,用户需求多样化情况下,企业的产品要成为市场上畅销商品,最关键的一条是产品必需具有新的要素,即要求有新的功能,新的价值。而产品要达到具有新的功能,新的价值,又必须采用新设计、新工艺,即新技术。

目前,商品市场上的竞争,无论是国内的或国外的,在很大程度上就是技术的竞争,当然在技术竞争的后面,实际上是情报的竞争,科学的竞争,教育的竞争。技术的竞争,我国早就明确地提出过,党的十一届三中全会以后召开的全国科学大会,更明确地提出了发展国民经济必须依靠科学技术的方针。

企业要在现代社会主义商品市场上推出新产品,取得效益,必须注意采用先进、经济、合理的新设计和新工艺。新设计、新工艺从何向来呢?一方面必须依靠本企业的科技人员,但这是远远不够的,因为一个企业的科技人员提出的新设计、新工艺等科技成果,其是否先进、经济、合理,要与全社会同样的设计、工艺作比较,才能判定它是否真的先进,比较经济和最为合理,这就需要通过收集的情报作类比,另一方面,本企业的科技人员在全社会同行业相比较总是少数,通过收集的情报发现有更先进、更经济、更合理的设计与工艺,还可以通过合法手续购进来利用,尽快地生产出新产品去投入市场,获得效益。

在现代社会中,市场上商品更新换代很快,它从另一方面说明了新设计、新工艺的研制也是很快的。如果企业仅着眼于市场的商品销售情况,而不注意新设计、新工艺的研制

情况，企业即使取得了某种新设计、新工艺，但如果不是最佳的，生产出的新产品也不是最优的，也不会在市场上获得畅销，取得最好的经济效益。

但是，如果企业情报工作加强了，收集到许多科研成果，了解技术发展状况，就为本企业采用新设计、新工艺提供了科学依据。

三、为企业的合理经营提供依据。

企业在现代化经济建设中，既担任着发展社会生产力提供市场所需商品，满足人民日益增长的物质、文化要求的重担，又承担着努力提高经济效益，不断提高企业职工生活福利待遇，为国家积累更多资金的重任。为此，企业必须努力改善经营管理，节约开支，增加收入。企业情报工作收集的情报，不论是外部市场的或是内部管理的，都能为企业的合理化经营提供重要的依据。

从企业外部市场说，企业生产所需的各种原材料、能源、设备甚至新技术，都必须在市场购买，如何买到价格合理质量优良的原材料、能源、设备及必须引进的有价值的新技术，就需要提供必需的完整情报，供领导决策时参考。由于现代社会主义商品经济的建立，随着物价的放开，企业所需购进的商品价格在不断变动中，因而利用收集的情报，才能最合理地进行购置。俗话说，货买三家不吃亏，这是自然经济时期的购置商品经验，而在现代化的商品市场购置商品，采用这种过时的、狭隘的经验自然就不行了，需要的是迅速、全面的市场情报作为购置商品作依据。

从内部管理来说，企业的合理化经营，也不能依靠过时

的手工业式管理作基础，无论是人员劳动生产率，设备使用率，能源、原材料消耗率，作为现代化企业管理人员来说，都要随时了解有关的情报，作为改善管理，实现最佳化经营的依据。企业情报工作收集的情报，就可以在这些方面发挥很重要的作用。

四、制订企业发展战略的依据。

现代化的企业为了适应商品市场迅速变化的形势，其成功的经验是生产现在需要的第一代产品，准备着适应市场变化的第二代产品，试制着下一步推出的第三代产品，设计着第三代以后的第四代、第五代……产品。一句话，不能用短期行为来指导自己的经营。为此，一个企业要能在现代社会获得生存与发展，必须重视和制订发展战略。

在这方面，企业情报工作是大有作为的，企业情报工作收集一切适合本企业发展需要的市场、科技情报，就为制订战略发展规划和不断地修改这一规划，使其付诸实施提供了科学根据。

我国的企业在从产品经济的生产部门转变成商品经济的经营部门，为时还很短，加以我国商品经济不发达，因而在经营方面多数不注意、不重视企业的发展战略制订工作。但是，随着社会主义商品经济新秩序的建立，随着社会主义商品经济的发展，为了使本企业能够在市场竞争中立住脚并获得发展，制订企业发展战略是不能缺少的一个重要任务，而为了制订好这种发展战略，就必须重视有关情报的收集工作。

企业情报的收集实际上是企业的耳与目，通过收集的情

报，企业才能获得有关的信息。最近几年，国外一些科学家预言下个世纪将是信息的世纪，人类将从工业社会进入到信息社会。这个信息，从某种角度来看，是十分值得我们重视的。因而，现代企业如果不重视、不注意使企业耳聪目明的情报收集工作，就有可能在经营中处于不利地位，甚至导致失败。

第二节 企业情报整理的意义

企业重视情报工作，不能只停留在情报收集阶段，因为，企业重视情报的收集是为了应用它们。如果对收集进来的无序情报不进行整理，不进行加工，就不能得到有效地利用，收集它们也变成无意义的了。我们也不能设想，把情报的整理工作合并到应用过程中去，即何时需要应用、何时再来进行整理。因为企业应用情报不仅是经常的，而且是多角度的，不是短期行为，因而企业对收集来的情报必须进行科学的整理和加工。

一、在现代社会中，情报已经成为无时不在、无处不有的一种人类生存、发展的必需品了，而企业情报工作部门只能按照本企业的需要收集其中的一部分。

同时，由于情报就全社会范围来说，生产是无序的，收集进来自然也是无序的，为此，必须进行整理和加工，使其有序，能提供情报工作者、企业管理人员和科技工作者有效地利用。

所谓就全社会范围来说，情报生产是无序的，有这样几

种表现形式：

其一，同一情报或同类情报存在着不同的载体中，现代社会情报载体众多，有文字型的，图象型的，音响型的，实物型的等等。在不同类型的载体中，还有许多小的类型。例如：文字型中又有图书、期刊、科技报告、专利说明书、会议录、产品样本、产品标准等等。在多种多样的载体中，如果不通过整理是无法将同一情报或同类情报找到并进行有效利用的。

其二，情报生产是一个连续不断的过程，在现代社会中，无论是科技发明，还是市场变化都呈现出一种快节奏。今天认为是最最新的情报，明天将可能成为落后的了，就企业情报工作来说，情报的收集要不间断地进行，使收集到的情报保持着时代感。为了保证这一点，就必须将收集到的情报进行科学整理和加工，因为只有在本企业情报是有序的的基础上，才能有目的地去补充那些最新的情报。

其三，现代企业是面向商品市场组织生产的，商品市场又是一个不受国界限制的世界市场概念，情报部门为企业提供的情报，自然也是一个世界范围的概念。企业在组织生产时，无论是原料进口，设备更新，新技术采用，新产品生产以及市场销售状况的掌握，都需要国外的、国内的市场情报作决策依据，这些情报由于语言文字的障碍，以及从生产到销售各个角度的不同要求，都需要进行科学整理才能便于利用。

二、企业情报，本身就是一种企业财富，企业资源。

西方不少学者提出，二十一世纪将是信息世纪，人类已

进入了信息时代，不論我们同不同意这种提法，信息在当代社会中的价值却是不能忽视的。如果说，现在世界上各国的竞争，在很大程度上是教育的竞争，知识的竞争，情报的竞争，那么，在市场上，企业之间的竞争，就完全是一种情报竞争了。企业情报作为一种重要的企业资源，如果不进行整理，无法有效地利用，不仅是一种物质的浪费，而且还会使得企业失去在市场上竞争的优势，并取得生存、发展的机会。这又是为无数铁的事实所证明了的。

企业之间的竞争是一种情报竞争，包括内容十分丰富，归纳起来有：收集的情报是否广、快、精、准，情报的整理是否科学、合理，适合各方面利用，检索方便，情报的利用是否充分、有效，其中情报的整理是一个重要方面，它表现在下面几个环节上。

其一，企业进口原料、设备方面：在收集到的生产资料市场情报比较完全，新颖的基础上，如果得到科学的整理，社会在购入原料和设备方面占据优势，用较低的价格购进质优的原料和先进的设备，从而降低了生产成本，提高了产品质量。遗憾的是，我国许多企业由于对这方面的情报重视不够，花了大量经费购进了许多质次价高的原料或者陈旧过时的设备，造成了极大浪费，甚至到国外去购置国内外销的产品，被国外商人从中盘剥。这方面事例近几年已发现多起，它不仅仅是浪费了国家财富，而且实际上延误了我国四个现代化建设的进程。

其二，在引进新工艺、设计新产品方面：如果收集到的科学技术情报比较丰富，了解的市场需求比较准确，再经过科学整理，使这些情报系统化，就为企业管理人员决策提供

了科学依据。科技人员在采用新技术，消化新技术，设计新产品，制造新产品时，信心充足，不失时机地使新产品源源不断投入市场，获得效益。在这这方面，我国企业界也有许多教训值得记取。例如：引进的技术是陈旧的，设计的产品是过时的，尽管花去了大量经费，但生产出来的产品却不符合市场需要，因而造成产品积压，造成企业效益上不去，最终使企业在竞争中失败，导致亏损。

其三，在产品销售方面，如果对市场情报掌握得准确、及时，就能使本企业的产品在市场上掌握最有利的时机，取得销售方面的成功。但为了及时而又准确地掌握市场情报，则其前提是又必须对不断收集进来的情报进行科学的加工和整理，便于进行分析研究。

总之，情报作为一种企业财富，作为一种资源，其前提是应当对情报进行整理加工，以便在企业经营中运用，否则，它作为财富、资源的价值也就不存在了。

三、组织企业情报活动。对企业、特别是对现代的企业来说，不是一种权宜之计，一种短期行为，它是现代企业在市场竞争中求得生存和发展的一个重要支柱。

企业要使这个支柱充分发挥作用，必须注意把不断收集进来的情报进行科学整理，使其成为一个科学决策的参谋系统。理由分述如下：

其一，现代科学技术发明日新月异，市场更是瞬息万变，因而当代的企业必须把情报工作看作一个不间断的活动过程，企业管理人员、科学技术人员、情报工作人员要利用情报进行决策参考，需要的是最新的情报，而且是反映科学技

术和市場变化的系统情报。因为陈旧的、零星的情报，不仅无法进行企业经营决策的参考，甚至会导致决策的失误。由于对企业情报有这样的要求，自然企业对收集的情报必须进行科学整理和加工，而且使这种科学整理和加工与企业情报收集工作同步进行，使其经常化、标准化。

其二，企业情报收集工作面对着整个科学技术界和商品市场，甚至包括社会心理、消费心理变动，范围广，数量大，其中有不少是不合用的或者是缺乏根据的无用情报，因而企业情报部门必须对所收集的情报，在加工整理过程中，进行鉴别，剔除那些缺乏根据的，或者是不合用的无用情报，使企业情报，不是一堆杂乱无章的信息堆，而是一个科学的情报系统。

鉴别和剔除不合用或缺乏根据的情报，只能在情报整理阶段进行，因为就一件一件孤立的情报来说，很难判别它是不是有用，它是不是有根据，而在整理过程中，通过比较，则很容易发现那些情报有价值，那些情报真实可信。

企业情报收集和整理工作的意义，是由企业情报工作在现代企业活动中所占的重要地位决定的。在自然经济主体的社会中，企业情报工作是无足轻重的，在计划经济为主体的社会中，由于企业的生产、销售缺乏自主权，企业情报工作也是可有可无的。可是在商品经济为主体的社会中，企业情报工作作为企业的耳目，其作用与价值是无论作多么高的估价，都是不过份的。

我国大规模发展商品经济是在党的十一届三中全会以后的经济体制改革中开始的，到现在才短短的几年时间。由于时间短，经验少，许多企业管理人员、科学技术人员和情报