

■ 杨勇 编著

J I N G Z H E N G Q I N G B A O D A O L U N

竞争情报 导论

JINGBAO DAOLUN
JINGZHENG QINGBAO DAOLUN
JINGZHENG QINGBAO DAOLUN
JINGZHENG QINGBAO DAOLUN
JINGZHENG QINGBAO DAOLUN
JINGZHENG QINGBAO DAOLUN



中国市场出版社
China Market Press

本书由惠州学院出版基金资助出版

竞争情报导论

杨 勇 编著

 **中国市场出版社**
China Market Press

图书在版编目 (CIP) 数据

竞争情报导论 / 杨 勇 编著. —北京: 中国市场出版社,
2006.7

ISBN 7-5092-0074-1

I. 竞… II. 杨… III. 企业管理—市场竞争—情报工作—研究
IV. F274

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 086242 号

书 名: 竞争情报导论

作 者: 杨 勇 编著

责任编辑: 许 慧 (010-68012468, 13683331356)

出版发行: 中国市场出版社

地 址: 北京市西城区月坛北小街 2 号院 3 号楼 (100837)

电 话: 编辑部 (010) 68012468

读者服务部 (010) 68022950

发行部 (010) 68021338 68020340 68053489

68024335 68033577 68033539

经 销: 新华书店

印 刷: 河北省高碑店市鑫宏源印刷厂

规 格: 880 × 1230 毫米 1/32 9.25 印张 250 千字

版 本: 2006 年 7 月第 1 版

印 次: 2006 年 7 月第 1 次印刷

书 号: ISBN7-5092-0074-1/F·38

定 价: 21.00 元

序 言

在人类社会的广泛领域中,与竞争活动相伴随的情报活动普遍存在、由来已久。但是,作为有理论、有实践、有组织并且有职业化特征的竞争情报概念的出现,只有二十多年的历史。

20世纪80年代初,随着东西方冷战的结束,世界政治经济格局发生了重大变化。在全球经济竞争加剧和信息情报技术高度发展等多重因素的作用下,应运而生地产生了专业化竞争情报的理论、活动和组织。1986年,美国率先成立了竞争情报专业人员协会(Society of Competitive Intelligence Professionals, SCIP);1990年,欧洲也成立了 SC�PEUROPE(欧洲竞争情报从业者协会);1992年,日本工商竞争情报专家协会成立;1993年,澳大利亚也成立了 SCI-PAUST(澳大利亚竞争情报从业者协会)。他们对竞争情报进行了有组织和相对正规化的研究和应用,推动了全球竞争情报的发展。

竞争情报兴起以后,很快在企业中得到应用,特别是一些全球跨国公司普遍建立了竞争情报部门,竞争情报成为企业继技术、资金、人才之后的第四大管理要素。据美国未来集团的调查,2000年竞争情报活动对企业利润增长的贡献率,微软为18%,摩托罗拉为12%,IBM为9%,通用电气为7%,惠普为5%,Intel为5%。

20世纪80年代中期,竞争情报被引入我国之后,竞争情报工作在我国也有了一定程度的发展,企业界对竞争情报的认识不断深化。1994年1月,我国成立了中国科技情报学会情报研究暨竞争情报专业委员会,开始对竞争情报进行有组织和相对正规化的研究和应用。1995年4月,中国科技情报学会竞争情报分会(SCIC)成立,它标志着我国竞争情报业已进入了有组织、规范化的发展阶段,我国情报研究和信息咨询业进入了一个更有效、更直接地为市

市场竞争和企业发展服务的新时期。近年来,北京、云南等地由政府支持、科技信息服务单位牵头、联合企业开展了“企业竞争情报示范工程”活动,推进了我国竞争情报业的发展。竞争情报的研究与应用也推动了竞争情报专业人才的培养,我国竞争情报专业教育已经初步形成了从培训、本科、硕士到博士研究生的分层培养体系框架。

目前,我国正处在全面迈向社会主义市场经济的时代,竞争情报的引入有利于我们实现对情报工作作出战略调整,有利于确定社会主义市场经济条件下情报工作新的生长点。随着我国加入WTO,面对经济全球化的发展态势和进入我国市场具有很强竞争实力的跨国集团企业的挑战,学习和掌握竞争情报将成为运筹帷幄、逐鹿市场成败的关键。

纵观二十多年来竞争情报在国内外的的发展,可以看到目前竞争情报研究正在我国异军突起,逐步成为管理科学研究的一个新的领域和信息科学的分支学科,取得有目共睹的进步。本书对国内外竞争情报活动和研究的概况作了系统的梳理,对现代企业与竞争情报的关系、竞争情报市场、竞争情报活动与反竞争情报等问题进行了论述,并从应用的角度对竞争情报系统建设、竞争情报技术、竞争情报分析等问题进行了分析,还提出了图书馆在推动竞争情报发展中的地位和作用。本书内容全面,既有理论性又具备较强的可操作性,是一本竞争情报工作者和图书情报工作者的有益的参考书。

邹荫生

2006年6月

目录

绪论	1
1. 竞争情报概述	8
1.1 竞争情报的兴起	8
1.2 竞争情报的含义和特征	10
1.3 竞争情报崛起的意义	17
1.4 竞争情报的发展趋势	18
2. 国内外竞争情报的研究与实践	22
2.1 国外竞争情报发展概况	22
2.2 国外竞争情报活动	26
2.3 国外竞争情报理论研究	30
2.4 我国竞争情报的发展历程	35
2.5 推动我国竞争情报研究	41
2.6 我国国家竞争情报体系的建设	49
3. 现代企业与竞争情报	53
3.1 竞争情报与企业核心竞争力	53
3.2 现代企业竞争情报工作	64
3.3 企业竞争情报工作流程	72
3.4 推动我国企业竞争情报工作的发展	83
4. 企业竞争情报系统	90
4.1 竞争情报系统的概念与特点	90
4.2 企业竞争情报系统的结构	92
4.3 企业竞争情报系统的开发	104
4.4 我国企业竞争情报系统建设	114

4.5 案例分析——IBM 公司的竞争情报系统研究 ...	118
5. 竞争情报收集与整理	124
5.1 竞争情报源	124
5.2 竞争情报的收集	141
5.3 竞争情报的整理	145
6. 竞争情报软件及相关技术	152
6.1 竞争情报软件	152
6.2 数据挖掘技术	162
6.3 联机分析处理技术	170
6.4 信息融合技术	176
6.5 基于案例的推理技术	182
7. 竞争情报市场与信息咨询服务业的发展	189
7.1 竞争情报市场的构成	189
7.2 我国竞争情报咨询服务业的发展	198
7.3 现代图书馆与竞争情报	206
8. 竞争情报活动的规范	217
8.1 竞争情报活动的法律约束	217
8.2 竞争情报的道德规范	227
8.3 竞争情报与反竞争情报	235
8.4 企业竞争情报的保护	244
9. 竞争情报教育与培训	254
9.1 竞争情报专业人员	254
9.2 国外竞争情报教育发展概况	261
9.3 我国竞争情报教育的现状与特点	264
9.4 竞争情报教育和培训体系的建立	272
9.5 推动我国竞争情报教育的对策	279
后 记	284

绪论

早在两千多年前的中国春秋战国时期,兵法家孙子就用“知己知彼,百战不殆”这句简明扼要的话概括了情报对于竞争双方的决定性意义。近代以来,随着商业经济的发展,情报在经济活动中的地位得以凸显。到了20世纪80年代初期,随着信息技术的迅速发展和因特网的出现,为了适应全球经济一体化、科技竞争日益激烈的发展趋势,一种针对竞争环境和竞争对手的信息收集和分析活动——竞争情报(Competitive Intelligence, “CI”)——在国外迅速兴起。

现代竞争情报兴起以后,很快在欧美和日本等发达国家和企业中得到广泛应用。据了解,目前世界500强跨国公司和大多数大型企业都设立了专门机构从事竞争情报的研究工作,对企业发展的竞争环境、竞争对手和竞争策略,以及保护企业知识产权和商业秘密等方面的信息进行长期搜集、跟踪和深入分析研究,在提高企业的市场竞争力和信息快速反应能力等方面取得了显著的效果,当前竞争情报研究已经成为企业增强竞争优势、提高科技创新能力的重要手段之一。

竞争情报的兴起和发展,需要相应的学科作为指导。目前,对于“竞争情报学”一词,学术界还没有取得共识,明确提出“竞争情报学”的研究论文也不多。但是,国内外竞争情报的研究已经取得了相当丰硕的成果。因此,有必要对竞争情报的研究做一个学科上的定位。竞争情报研究与以往的一般意义上的情报研究不同,它更具体、更侧重于实际,它的研究目的就是为组织机构提供有效的情报服务,因此,应首先把它定位于应用性学科,同时它又是从情报

学分离出来的与其他学科紧密相连的分支学科,这就是竞争情报的学科性质,也是我们做进一步分析研究的基础。

一、竞争情报研究的内容

现代竞争情报作为市场竞争和社会信息化的产物,是军事学(军事情报)、经济学(竞争理论)、管理学(工商管理)和情报学相互交融的结果。可以说,竞争情报是 Information/Intelligence Science 的重要构成,是情报研究的重要发展。竞争情报的研究也需要与社会实践密切结合,以作为实践的指导。所以,竞争情报研究涉及的范围极其广泛,不仅要区别具体的研究对象,探讨有效的研究方法,而且要注重研究内容的系统性、与实践的有机结合,更要强调研究理论和方法的科学性与应用价值。因此,确定竞争情报研究的内容就显得十分必要。

关于竞争情报研究的内容,主要有以下几种代表性观点。

普赖斯科特(Prescott J E.)教授认为,竞争情报的研究可以归纳为四大领域,即:①竞争情报管理,包括管理结构、核心项目服务、竞争情报人员、竞争情报产出;②竞争情报方法,包括竞争情报的搜集、分析、传播方法、假设验证、在不同国家的应用;③竞争情报的形象和前景,包括竞争情报对你意味着什么、竞争情报的应用领域、竞争情报在组织机构中的作用、雇员的作用和道德;④竞争情报的历史渊源,包括军事情报和国家安全情报、竞争力测度、竞争情报政策的演进。

包昌火研究员认为,竞争情报的研究内容可以分为竞争环境、竞争对手、竞争策略三大方面和环境监视、市场预警、技术跟踪、对手分析、策略制定、竞争情报系统建设和反情报技术七大领域。

王知津教授在其主编的《竞争情报》一书中提出:竞争情报的研究内容可以从研究层次、研究对象、研究范围三个角度来进行划分。从研究层次来看,竞争情报的研究应该包括:①宏观的理论体系研究;②中观的方法论体系研究;③微观的应用范围及效果。从

研究对象来看,竞争情报的研究应该包括:①竞争对手的情报研究;②竞争环境的情报研究;③竞争能力和竞争策略的情报研究。从研究范围来看,竞争情报的研究应该包括:①基本内容研究;②方法和技术研究;③企业竞争力及评估研究;④竞争情报系统研究;⑤实践案例研究。

综上,对于竞争情报研究的内容可谓仁者见仁,智者见智。从学科研究的角度出发,竞争情报的研究内容至少应该包括理论研究和应用研究两大方面。理论研究是学科建设的基础。理论体系研究包括竞争情报产生与发展的基础,竞争情报的概念、特征、作用,竞争情报的研究对象、研究流程,反竞争情报和竞争情报中的法律伦理,竞争情报与其他学科的关系等基本理论、基本原理、基本规律的研究。同时,由于竞争情报具有很强的实用性,竞争情报的理论研究又必须以实际需要为出发点,能最大化地被社会实体所接受利用,为生产者、决策者和科研人员提供他们所需要的信息保障和对策建议。

竞争情报学的应用研究则主要包括情报研究、技术研究和人力研究等三个方面。情报研究是中心环节,包括情报的收集与加工整理、情报的管理利用、情报的转化增值等环节的研究。技术研究包括对信息系统、信息网络的开发和管理,计算机及网络设备软、硬件的维护与更新。人力研究包括对情报专业技术人员的研究和对情报用户的研究。

二、竞争情报研究的对象

竞争情报研究对象的轮廓是在大量的理论研究和实践积累基础上逐渐清晰起来的。从宏观的角度看,竞争情报研究的对象是指有效采集情报资源并将之应用于实践的原理和方法。从微观的角度看,竞争情报的研究对象则主要包括竞争环境研究、竞争对手研究、竞争力研究、竞争市场研究和竞争战略研究等五个方面。

1.竞争环境研究。广义的竞争环境是指以市场经济为体制、以

竞争为机制的国际国内环境,它是任何企业赖以生存与发展的共同空间。对这个大环境进行研究,有助于企业及时掌握时事信息,了解各种形势,制定出与环境变化相适应的内部管理制度和运营策略。狭义的竞争环境则是指各行业之间以及行业内部各企业之间的竞争环境,它是企业生存和发展的特殊空间。其中包括行业发展动态、行业内部交流、行业法则法规等。对这个小环境进行研究,对企业的影响更直接、作用更明显,是企业谋取竞争优势的必经之途。

2.竞争对手研究。对现有和潜在竞争对手的研究是一个不容忽视的问题,它关系到企业发展目标的实现以及企业潜能的激发程度,甚至关系到企业未来的生存。对竞争对手的研究立足于分析竞争对手的地位、监视竞争对手的动向以及如何评估竞争对手在销售市场及供应市场方面的优劣势,进而通过对竞争对手实力的计算了解其发展走向。

3.竞争力研究。无论是国家的综合国力还是企业的某种产品都存在一个竞争力的问题。国家之间的竞争是政治、经济、军事、文化等多个领域的综合竞争,提高国家竞争力有赖于国家有关部门有效掌握国内外各种相关情报。企业之间的竞争更加明显和直接,因为其竞争力的提高可以在一定程度上等同于其经济利益的提高。因此,企业必须高度重视提高自身的竞争力,而提高竞争力的主要载体就是其所生产的产品和提供的服务。研究企业产品或服务在同类产品或服务中的竞争力的强弱必须建立在对一定情报的掌握和分析的基础之上,只有准确及时、全面有效的情报才能为企业所用,才能为企业创造价值利润。

4.竞争市场研究。市场是在不断发展变化的,竞争市场研究应着力于调查分析市场动态趋势、市场价格涨落幅度、各产品的营销供求变化情况以及统计企业产品(服务)的市场占有率。这些都有利于企业及时得到反映自身优劣势的反馈信息,找准市场切入点,

适时调整产品价格及相关服务策略,利用新动向、新势头等诸多科技信息开发新产品,提高企业产品(服务)的市场占有率。

5.竞争战略研究。战略是指组织或个人为实现未来目标而采取的方法手段。竞争战略研究可以从战略目标、战略步骤、战略手段及战略实现价值率等方面入手,为企业决策的制定和战略的部署提供依据,特别是涉及到诸多具体问题时,竞争情报研究更要为之提供详尽具体的数据资料,将即时服务与跟踪服务结合起来。

微观层面上的竞争情报研究与传统的情报研究有同有异。两者遵循大致相似的工作程序和方法,都是为科学决策服务。但是与传统的情报研究相比,竞争情报的研究更加侧重于微观的经济问题,更加注重定量的经济指标的应用。它以智力劳动为主导,以增强企业竞争力为目标,是情报研究工作技能的创新性发展。

三、加强竞争情报研究的意义

在社会信息化程度逐步提高和竞争日益激烈的今天,为了探索情报研究学科发展新的生长点,为了提高我国企业决策系统的科学化水平,使企业适应社会主义市场经济发展以及参与国际市场竞争的需要,必须认识到我国深入系统地开展竞争情报研究的重要性和迫切性。

1.加强竞争情报研究是情报研究学科自身发展的需要。

长期以来,我国情报研究学科几乎是处在一个自我封闭的状态下发展的,由于对当今社会的巨大变革参与不够,没有得到社会各界的真正重视,加之自身理论结构的缺乏与不完善,传统的情报研究几乎只与科研有关,没有很好地揭示情报与社会发展的密切关系,没能有力证明情报研究对社会生产力发展具有的举足轻重的制约关系,缺乏从社会进步的角度去探索学科发展的理论基础。

另一方面,当今社会竞争性的商业环境促使竞争情报在我国不断升温,已有越来越多的企业、公司要到全球市场上去竞争,要求尽快准确地搜集到有关竞争对手的能力、弱点和意图的可靠性

情报,掌握和评价竞争者的竞争能力,准确预测市场的变化。

随着信息质量和研究水平的不断提高,竞争情报对决策的支持功能已成为促进国家经济发展与科技进步的重要因素,竞争情报的研究日益受到各国的重视。它努力面向经济建设的主战场,自觉运用市场竞争机制,进而丰富了情报研究学科发展的内容,完善了情报研究的理论构架。我国情报研究在经历了编译报道—专业研究—系统研究—决策研究的演变发展过程后,而今满足各类用户为达到一定目的而提出的信息需求已成为其学科外延,它从研究目的、研究方法、研究手段及结果提供方式等方面都对情报研究提出新的要求,从而推动了情报研究学科本身的发展。

2.加强竞争情报研究是提高企业竞争力的需要。

进入新的世纪,企业的性质和结构发生了重大变化,那些市场化、国际化程度高的企业对竞争情报表现出强烈的需求,并对它的依赖性越来越大。

一方面,竞争是市场活动的核心,是市场经济最基本的运行机制,政府对市场经济进行宏观调控,其目的就是要促进竞争和维护竞争的秩序,而竞争情报能为其在选择增强企业竞争力的一系列行动时提供正确的决策依据。

另一方面,由于外部环境变化快,随机因素多,反映竞争对手及其竞争条件的情报信息比较分散,并缺乏完整性、系统性,在这种情况下就更需要情报研究专业人员对竞争情报有目的地搜集、处理,并进行系统研究和智力加工,提出企业综合决策所需要的支持性建议与竞争策略的优化方案,并为企业提供直接和间接影响企业最后亏盈状况的一切信息的综合分析研究报告。

3.加强竞争情报研究是我国企业参与世界贸易竞争的需要。

随着我国外向型经济的发展,越来越多的企业要到全球市场上竞争,如何得到有关竞争对手发展策略的可靠情报,在企业竞争的大战中至关重要。尤其是我国加入了WTO,我国企业正处在被

推向国际市场的又一变革时期。WTO 的多边互惠贸易机制为我国提供了稳定的市场准入条件, 如何使我国企业通过参与国际竞争求得进一步的发展和与国际市场的对接, 促进我国产业结构的调整, 这些都离不开竞争情报。

4. 加强竞争情报研究是发展我国信息咨询产业的需要。

现代经济活动竞争性的加强, 使企业受制于各方面因素的综合影响, 其面临的风险越来越大, 产生了强烈的咨询需求和信息需求。要满足中国企业对信息咨询服务的需求, 其根本出路在于发展本国的信息咨询服务业。目前我国根据发展社会主义市场经济的需要, 重新配置了经济资源, 其中也包括信息与智力资源的重新配置。中国经济的发展必须选择一条持续发展的道路, 持续的发展能力需要知识和决策能力, 正是这种不断增长的市场需求, 形成了中国新兴的咨询与信息服务产业。

综上, 由于社会正在迅速转向以信息为基础和以信息为驱动力的社会, 寻求、获取、组织和利用信息的能力成为一个基本技能, 成为成功的基础。经济实力的竞争标志着人才、智力在全球的重新分配, 我们必须抓紧利用国内外环境的迅速变化, 不失时机地开展竞争情报的理论研究, 建立竞争情报学科体系, 开发竞争情报技能, 规划竞争情报解决方案, 使我国情报研究能够适应社会主义市场经济的发展, 为情报学学科的发展注入新的活力。

1

竞争情报概述

1.1 竞争情报的兴起

竞争情报的兴起有其深刻的政治、经济和社会原因,以下从社会背景、内在需求、技术进步和理论发展等四个方面来进行分析。

1.1.1 社会背景 信息“爆炸”

20 世纪五六十年代,世界各国开始向信息化时代迈进。信息时代的显著特点是:信息的重要性超过物质和能源,成为主要的战略资源。在信息社会里,起主要作用的已不是资本,而是信息;价值的增殖主要不是由一般劳动而是由知识和信息创造的;知识和信息成为竞争力和经济发展的关键因素。

20 世纪中叶以来,科学技术和知识的发展速度加快,倍增周期缩短。据英国科学家詹姆斯·马丁推测,人类的科学知识在 19 世纪是每 50 年增加一倍,20 世纪中叶每 10 年增加一倍,20 世纪 70 年代每 5 年增加一倍。有的专家估计目前是 3 年就增加一倍。知识信息的“爆炸”给人类带来莫大益处,但也带来不少弊端,造成知识信息的“污染”。在知识信息大量充斥的环境中,企业要及时获取真正有用的信息,犹如大海捞针一样困难。因此,企业需要目标明确、针对性强、精炼准确的情报。这一任务只有竞争情报才能胜任。

1.1.2 内在需求 全球经济竞争加剧

市场经济必然伴随着竞争,但初期的竞争主要是商品竞争,只要物美价廉,一般即可占领市场。随着科学技术的发展,产品中技术知识含量的增加和产品更新换代周期的加快,产品的市场竞争力加强,竞争的激烈性加大了。二次世界大战结束后,世界相对和平,许多国家把主要精力用于发展经济,为使本国产品占领世界市场,

采取多种措施,增强产品的竞争力。经济的激烈竞争,促使国际经济向区域化、集团化发展,并建立了许多地区共同体。目前,国际间经济竞争的激烈性前所未有,超越了意识形态,并打破了原有的传统格局,成为国与国之间的主要矛盾,成为民族生存的首要问题。在这样复杂多变的剧烈竞争的环境中,作为市场竞争主体的企业,深感原有的一般情报难以适应激烈竞争的需求,转而需要目标明确、针对性强、对抗性强的情报为其提供服务,这就是“竞争”情报。在世界经济激烈竞争中,竞争情报应运而生。

1.1.3 技术进步 信息技术的发展

1946年,世界上第一台电子计算机的问世,为20世纪增添了一项辉煌的科技成就。计算机经过了半个多世纪的发展,历经电子管、晶体管、集成电路、大规模集成电路,到目前的智能机等,一代比一代先进。由于计算机具有运算速度快、记忆容量大、逻辑判断能力强、计算精度高、自动化程度好等优点,应用十分广泛。特别是20世纪80年代以来,计算机技术、通讯技术、网络技术、多媒体技术,尤其是超文本技术和大量可用于竞争情报分析的软件等已进入商业化时代,它们为竞争情报的产生提供了技术支持,促进了竞争情报的发展。

1.1.4 理论发展 情报理论和竞争理论的研究

情报理论的研究已有几十年历史,而竞争情报理论研究则是20世纪80年代以来的新问题,并以多种因素为前提。其主要因素有:第一,冷战结束后,世界各国政治、军事情报机构及其情报人员的大部分转向经济和技术领域。第二,20世纪中叶以来,世界范围内的经济、技术的竞争越演越烈,随之而来的关于竞争理论的研究不断加强,而且发展到了一个新水平和阶段。如世界上关于竞争理论研究最有影响的美国哈佛大学经济学教授克尔·波特先后发表了《竞争战略》(1980)、《竞争优势》(1985)、《各国的竞争优势》(1990)三部经典性的竞争研究专著,在竞争领域建立起了独特的

理论体系,为竞争情报的产生提供了可借鉴的理论。

1.2 竞争情报的含义和特征

1.2.1 竞争情报的含义

国内外对竞争情报的定义有数十种之多。有的将其定义为企业为获取竞争优势而采集、加工和分析过的信息;有的将其定义为竞争对手、竞争环境和竞争策略的信息、绩效、能力和意图的信息;有的认为竞争情报是精炼过的内外部环境信息;有的则只注重企业的外部环境信息。此外,还有的强调了采集手段的合法性。

美国竞争情报专业人员协会从三个角度论述了竞争情报的定义:其一,竞争情报“是一种系统化和合乎职业伦理的过程,此过程用于搜集、分析与管理影响企业规划、决策和操作的外部信息”;其二,“竞争情报是一种通过更深入地领悟竞争对手和竞争环境,提升企业市场竞争能力的方法(不是不合职业伦理的)”;其三,竞争情报“是一种合理的搜集与分析有关商业竞争对手能力、薄弱环节和意图的情报,这些情报是通过利用情报数据库、其他‘公开信息源’和合乎职业伦理调查的方式获得的”。

卡曲尔认为:“竞争情报是合法与合理地搜集、分析和分发有关竞争环境和商业竞争对手能力、意图及薄弱环节方面的信息。”^①

中国科技情报学会竞争情报分会名誉理事长包昌火研究员认为:“竞争情报是关于竞争环境、竞争对手和竞争策略的信息和研究。它既是一种过程,又是一种产品。过程,是指对竞争情报的搜集和分析;产品,是指由此形成的情报或策略。”^②

还有一些其他的定义如:

^① Kotler P. Kotler on marketing: How to Create, win and dominate markets (9 th ed). New York: Simom & Schuster Free Press, 2001.

^② 包昌火. 加强竞争情报工作, 提高我国企业竞争情报能力, 中国信息导报, 1998 (11)。