

Competitive Intelligence in Network Environment

网络环境下的 竞争情报

黄晓斌 编著



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

网络环境下的竞争情报

黄晓斌 编著

经济管理出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

网络环境下的竞争情报/黄晓斌编著. —北京: 经济管理出版社, 2006

ISBN 7 - 80207 - 631 - 5

I. 网... II. 黄... III. 计算机网络—应用—情报工作 IV. G350.7

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 081833 号

出版发行: 经济管理出版社

北京市海淀区北蜂窝 8 号中雅大厦 11 层

电话: (010) 51915602 邮编: 100038

印刷: 北京国马印刷厂

经销: 新华书店

责任编辑: 王光艳

技术编辑: 杨 玲

责任校对: 郭红生

850mm × 1168mm/32

10.5 印张

262 千字

2006 年 8 月第 1 版

2006 年 8 月第 1 次印刷

印数: 1—5000 册

定价: 20.00 元

书号: ISBN 7 - 80207 - 631 - 5/F · 547

· 版权所有 翻印必究 ·

凡购本社图书, 如有印装错误, 由本社读者服务部

负责调换。联系地址: 北京阜外月坛北小街 2 号

电话: (010) 68022974

邮编: 100836

内容提要

竞争情报是竞争主体为取得和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。本书较为系统地分析了网络环境下竞争情报的新特点、竞争情报的功能与作用；论述了基于网络的竞争情报搜集的主要方式、竞争情报研究的基本内容和主要的分析方法；探讨了网络环境下竞争情报系统的构建与运行、竞争情报专业人员的素质与教育培养等问题；并具体介绍了竞争情报在现代企业管理中的应用。

本书选题新颖、内容全面、观点前沿、案例丰富、实用性强。适用于广大管理工作以及工商企业相关的专业人士学习、阅读，也可以作为信息管理、工商管理、公共管理、计算机应用、图书情报等专业的本科生、研究生、MBA、MPA学员的教材或教学参考书。

装帧设计

晓 吾

classicdesign

classic-design@163.com

内 容 提 要

竞争情报是竞争主体为取得和保持竞争优势所进行的一切有关竞争对手、竞争环境和竞争策略的信息搜集与分析利用活动。本书较为系统地分析了网络环境下竞争情报的新特点、竞争情报的功能与作用；论述了基于网络的竞争情报搜集的主要方式、竞争情报研究的基本内容和主要的分析方法；探讨了网络环境下竞争情报系统的构建与运行、竞争情报专业人员的素质与教育培养等问题；介绍了竞争情报在现代企业管理中的具体应用。

本书选题新颖、内容全面、观点前沿、案例丰富、实用性强。适合于广大管理工作以及工商企业相关的专业人士学习阅读，也可以作为信息管理、工商管理、公共管理、计算机应用、图书情报等专业的本科生、研究生以及 MBA、MPA 学员的教材或教学参考书。

前言

现代社会竞争越来越激烈，对竞争情报的需求也越来越突出。竞争情报是 20 世纪 80 年代初在美国首先出现的。1986 年，美国竞争情报专业人员协会（SCIP）的成立为竞争情报工作专业化奠定了基础。随后，竞争情报各种活动竞相开展起来。不久，在欧洲、日本、澳大利亚等国家和地区也相继建立了相应的专业组织。我国于 1994 年 1 月也正式成立了中国科技情报学会竞争情报专业委员会，并举办了全国性的学术会议，标志着我国竞争情报理论与实践进入了专业化的新阶段。

近年来，由于全球经济发展的一体化，企业面临的竞争不断加剧。许多企业为了增强其产品在国际市场上的竞争力，都非常重视竞争情报工作的开展。美国进入世界 500 强的企业 90% 都设有竞争情报部门。竞争情报研究已在世界上成为增强国家、地区和企业竞争力的有力工具，并逐渐形成一个以竞争情报咨询服务、培训教育和软件研制开发利用为主要内容的产业。竞争情报理论研究正在异军突起，逐步成为一门管理科学和信息科学研究领域的新的交叉学科。竞争情报的应用越来越受到各方面的关注，不断向新的广度和深度发展。竞争情报的实践呼唤人才培养，促进了竞争情报教育在不断发展。美国哈佛大学工商学院、印第安纳大学以及瑞典隆德大学和澳大利亚悉尼技术大学等都开设了竞争情报课程。波士顿大学和匹兹堡大学也在 MBA 的教学 中加上了竞争情报分析和系统建设的内容。国内的武汉大学、北

京大学、南开大学、中山大学等多所高校目前也已经开始培养竞争情报专业的硕士人才；武汉大学、北京大学、南开大学、中国科技信息研究所、中国科学院文献情报中心等机构还招收竞争情报研究方向的博士生；竞争情报专业教育和培训体系在我国已初步形成。

互联网已经成为现代社会工作与生活不可缺少的工具，形成了现代企业竞争情报的新战场。在网络环境下，竞争情报工作有了很大的变化。网络显著地提高了竞争情报研究工作效率，使竞争情报的信息来源更加丰富；网络拓宽了现有竞争情报的传播渠道，可以使异地资源得以共享和实现沟通合作，促进竞争情报服务方式的转变；而虚拟企业更需要竞争情报的支持。由于在网络环境下企业管理的模式有了较大的改变，竞争环境和方式有所不同，竞争情报工作具有如下的一些新特点：涉及面越来越广、动态性越来越强、目标定位越来越困难、时效性要求越来越快、方法手段要求越来越高、竞争情报的作用越来越明显。面对新环境的变化，竞争情报工作在搜集、整理、分析、利用等方面都要进行相应的改变。因此，需要有关的理论与方法来指导。

本书正是根据这一需要而编写的。全书共八章，系统分析了网络环境下竞争情报的新特点、竞争情报的功能与作用；论述了基于网络的竞争情报搜集的主要方式、竞争情报研究的基本内容和主要的分析方法；探讨了网络环境下竞争情报系统的构建与运行、竞争情报专业人员的素质与教育培训等问题；具体介绍了竞争情报在现代企业管理中的应用。本书选题新颖，着重体现网络环境下竞争情报工作的一些新特点和新方法；内容全面，包括了竞争情报的理论、方法、技术、人才、应用等方面的基本内容；观点前沿，突出反映了当前国内外一些新的研究成果；材料丰富，书中有许多实际例子，对实际工作具有较大的参考价值；实用性强，适合于广大的管理工作以及工商企业相关的专业人士

学习阅读,也可以作为信息管理、工商管理、公共管理、计算机应用、图书情报等专业的本科生、研究生、MBA、MPA学员的教材或教学参考书。

本书在编写过程中,本人指导的研究生陈颖仪、李聆鞠、成波协助整理了部分资料 and 提供了一些章节内容的初稿,广东商学院副教授王玉也提供了部分内容初稿。此外,本书还参考了国内外一些相关文献,特向作者表示感谢。经济管理出版社对本书的出版给予了大力支持;责任编辑王光艳老师给予极大的鼓励和帮助,并提出了许多很好的宝贵意见;其他有关的人员也为本书的出版付出了辛勤的劳动,在此表示衷心的感谢。并欢迎广大读者对书中的不足之处提出宝贵的意见。

黄晓斌

2006年6月6日

目 录

第一章 网络环境下竞争情报的特点 / 1

- 一、竞争情报的定义 / 1
- 二、竞争情报的相关概念 / 3
- 三、竞争情报的主要类型 / 7
- 四、竞争情报的主要特征 / 9
- 五、网络环境下竞争情报的新特点 / 10

第二章 竞争情报的功能与作用 / 24

- 一、竞争情报的基本功能 / 24
- 二、竞争情报的主要作用 / 30

第三章 竞争情报的搜集 / 38

- 一、竞争情报源的含义 / 38
- 二、网络竞争情报源的类型 / 38
- 三、网络竞争情报源的特点 / 43
- 四、网络竞争情报的获取方式 / 46
- 五、竞争情报搜集的综合方法 / 54
- 六、竞争情报的搜集技巧 / 60
- 七、竞争情报搜集案例分析 / 73

第四章 竞争情报分析的主要内容 / 86

- 一、竞争环境分析 / 86
- 二、竞争对手分析 / 95
- 三、竞争策略分析 / 106
- 四、反竞争情报分析 / 114

第五章 竞争情报分析的主要方法 / 125

- 一、竞争情报分析方法概述 / 125
- 二、SWOT 分析方法 / 131
- 三、定标比超分析法 / 142
- 四、财务分析法 / 155
- 五、专利情报分析法 / 171
- 六、价值链分析法 / 186
- 七、内容分析法 / 194
- 八、计算机仿真模拟分析法 / 206
- 九、网络信息挖掘分析法 / 218

第六章 竞争情报系统 / 224

- 一、竞争情报系统的概念 / 224
- 二、竞争情报系统的构成 / 225
- 三、竞争情报系统的作用 / 228
- 四、竞争情报系统的发展趋势 / 230
- 五、竞争情报系统构建的原则 / 233
- 六、网络环境下企业竞争情报系统的构建 / 234
- 七、基于信息集成的企业竞争情报系统 / 244
- 八、竞争情报系统的评价 / 247
- 九、竞争情报系统案例分析 / 249

第七章 竞争情报专业人员的素质与培养 / 276

- 一、竞争情报人员应具备的能力 / 276
- 二、开展竞争情报教育的必要性 / 279
- 三、我国竞争情报教育的现状 / 283
- 四、我国竞争情报教育存在的主要问题 / 288
- 五、国外竞争情报教育的发展状况及启示 / 291
- 六、我国竞争情报教育的发展方向 / 295

第八章 竞争情报在现代企业中的应用 / 301

- 一、竞争情报在企业战略联盟中的应用 / 301
- 二、竞争情报在企业项目投标中的应用 / 309
- 三、竞争情报在企业风险与危机管理中的应用 / 314

参考文献 / 321

第一章 网络环境下竞争情报的特点

一、竞争情报的定义

1. 竞争

竞争，是指人们为了得到某种利益、资源或获取某种优势而进行的一种较量与角逐的活动。竞争是现代社会的一种普遍行为。按竞争的主体分，竞争可以分为：企业竞争、军事竞争、教育竞争等。企业竞争又可以分为：商品生产者之间的竞争，即企业之间为争夺有利的生产条件而展开的竞争；购买者之间的竞争，这种竞争在生产资料领域的原材料购买活动中表现得异常突出；生产者和购买者之间的竞争等。按竞争方式分，竞争又可以分为：信息竞争、产品竞争、技术竞争、人才竞争、服务竞争、销售竞争等。其中信息竞争已成为信息时代企业竞争的重要内容。在网络环境下，谁能够最早获得最新的产品信息，最新的客户信息，或最新的原材料供应信息，谁就可能在竞争中占主动地位。

2. 情报

情报，是指作为交流对象的有用的知识，也就是用于特定需要的知识或消息，是为了一定目的，具有一定时效、经过发送能为人们的感官系统接收的情况报道。情报是传播中的知识，情报

是意志、决策、部署、规划、行动所需要的知识和智慧。情报具有知识性、传递性和效用性等特点。人们搜集与交流情报都在于它的利用价值,情报的效用表现为改变人们的知识结构,它是由所包含的知识的可靠性和新颖性等内在因素决定的。

3. 竞争情报

“竞争情报”这一概念来自于英文“Competitive Intelligence”一词,通常是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。竞争情报有狭义和广义之分。狭义的竞争情报主要是指与竞争相关的一切情报,广义的竞争情报则指为了提高竞争力而进行的一切情报活动,既包括情报产品,也包括情报活动过程。竞争情报的定义概括起来可分成三个方面:

(1) 从动态方面来看,普遍认为竞争情报是一个操作流程,即情报的采集、加工和分析过程。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、分析和传播有关经营环境、竞争者和组织本身的准确、相关、具体、即时、具有前瞻性与可操作性的情报。”^①从情报生产过程的角度,竞争情报是指用于组织决策的信息搜集、整理、分析和传递过程,是一个企业对竞争环境、竞争对手、竞争策略的分析、论证过程;它与竞争决策是互动的,竞争情报为组织决策提供依据,而竞争决策的信息需求和信息反馈又为竞争情报采集提供了目标,促进和完善了竞争情报的加工、传递过程。

(2) 从静态方面来看,普遍认为竞争情报是一种产品,即上述流程的产出物。许多学者将竞争情报定义为一种信息产品,认为竞争情报是与外部和内部环境的某些方面有关的精炼过的信息产品,是满足用户独特需要的经过整理的信息,这些信息经过

^① <http://www.scip.org> (检索日期:2006-06-01)

了分析解释。所以竞争情报是一种经过提炼的信息产品。

(3) 从动态与静态相结合来看,普遍认为竞争情报既是一个操作流程,又是一个产品。如美国匹兹堡大学的约翰·E. 普拉特(John E. Prescott)教授曾经对竞争情报概念做了比较完整而明确的概括:“竞争情报既是指一个操作流程,也是指一种产品。”瑞士工商研究集团咨询专家道格拉斯·伯哈恩特也指出:竞争情报是一个分析过程,在此过程中,关于竞争者、工业和市场的分散的信息被转变成关于竞争者能力、意图、业绩和地位的可以据此采取行动的战略知识;它也是上述过程的产品和产出物。^①

综上所述,竞争情报是市场激烈竞争和社会信息化高度发展的产物。竞争情报是指及时、准确、全面地搜集竞争对手、竞争环境及企业自身的信息,并对其进行分析、评价与综合而形成的具有对抗性的信息。竞争情报的定义都带有一些共同点:竞争情报既是一种产品,又是一个过程。作为产品,它是一种信息,这种信息必须是关于组织外部及内部环境的,专门采集得来经过加工为决策所需的,为赢得和保持竞争优势而采取行动时所用的信息。作为一个过程,则是生产上述信息并使之运用于竞争决策的整个活动。

二、竞争情报的相关概念

1. 竞争情报与工业间谍

一提到情报,人们自然会想到“007”、“FBI”等概念,联想起那些从事危险和特殊任务的间谍。实际上,谍报与情报是两个不同的概念。工业间谍活动是指非法窃取竞争对手在科技领

^① 缪其浩. 市场竞争与竞争情报. 北京: 军事医学科学出版社, 1996

域、企业经营以及其他经济部门的秘密情报的间谍活动。直接从事工业间谍活动的人员，往往被称为“工业间谍”、“商业间谍”、“科技间谍”，又被称为“工业白蚁”、“新的寄生虫”等。工业间谍活动反映了信息搜集利用的阴暗面。一般说来，采取间谍行为的企业往往无力进行正当合理的竞争，但又想取得竞争优势，于是采取这种不合伦理的、非法的手段。如有些企业以欺骗、讹诈、窃取、偷听等手段的间谍行为从事情报工作，寄希望于通过不正当的手法来获取竞争对手的情报。而我们在这里讨论的竞争情报是一种监视竞争环境的持续过程，在此过程中，采用合乎职业伦理和法律的方式搜集有关竞争环境、竞争对手、竞争策略的信息，并根据客观事实对信息进行整理和分析，最后将具有可操作性的情报及时传递给决策者，为其决策提供准确、可靠的依据。国外企业竞争情报工作表明，企业想获得的竞争情报大部分都是可以通过合法的、符合道德规范的途径获得的。因此，竞争情报与工业间谍不可同日而语。

2. 竞争情报与商业秘密

我国《反不正当竞争法》第10条明确提出：“商业秘密是不为公众所知悉、能为权利人带来经济利益、具有实用性并经权利人采取保密措施的技术信息和经营信息。”可见商业秘密是由其经济性、实用性、不为公众所知悉和被权利人保护这四个要素所构成。商业秘密的实质是信息，是随着经济的发展而产生的。这种信息不属于知识产权的范畴，但它却是对专利、商标、著作权等知识产权制度的补充。商业秘密在企业的具体经济活动中能给企业带来巨大的商机和利润，是企业的无形资产，有时它可以成为决定企业参与市场竞争胜负的决定条件。因此，商业秘密也是竞争情报研究的内容之一。但竞争情报研究范围比它更加广泛。商业秘密持有人依靠其自身采取的保密措施来达到其对技术秘密、经营秘密的垄断控制权，受反不正当竞争法、合同法、劳

动法等法规的保护。从竞争情报的定义看出,“合法性”是竞争情报活动的坚实基础,正因为这类公开的职业化的情报工作界定在公正、道德的范围内,才能有其生命力。可见,竞争情报研究是通过合法的途径和科学的分析方法来“破译”商业秘密。

3. 竞争情报与市场调研

市场调研是以提高营销效益为目的,有计划地搜集、整理和分析市场的信息资料,提出解决问题的建议的一种科学方法。市场是企业经营的起点,是商品流通的桥梁。竞争不仅表现在价格上,而且更多地转向开发新产品、提高产品质量、提供完备的服务、改进促销方式和完善销售渠道等方面。因此,目前许多企业投入人力、物力进行专门的市场调查。竞争情报与市场调研有许多相同之处,包括研究对象、内容与方法等。但竞争情报涉及的范围更广和持续性更长一些,市场调研是竞争情报工作中的一项内容。有些企业基于成本的考虑,总是希望市场调研项目内容包罗万象,通过一次调查就解决若干问题。实际上这些做法从理论和实际操作上都是难以实现的,所获得的结果对企业经营起不到真正有效的作用。按照竞争情报的要求,它要不间断地监测竞争环境与竞争对手的变化,并不停地整理、分析和制定动态的竞争策略。除了市场调研,竞争情报的获取可以通过搜索公开出版物、实时监视网站及其他媒体,与客户、供应商、合作伙伴、行业专家进行访谈等手段,然后将相关信息有序化,从而预测对手目前的状态和未来的发展趋势。

4. 竞争情报与科技情报

我国过去对情报的认识基本是局限于小情报观,即认为情报就是科技情报。其实,科技情报研究主要是针对特定的科学技术和技术经济问题,对所能掌握的科技情报进行科学的分析研究,并进一步提出带有总结性或认识性的情报,以解决技术政策和研究方向的问题。而竞争情报的概念则具有更强的专指性。科技情

报研究内容围绕科技发展的方针和政策、发展规划、科技经济和社会发展战略的制定,是为重大技术引进项目的确定、科研项目的攻关而服务的。而竞争情报则具有更强的针对性和对抗性,是以所有与企业发生联系的特别是竞争对手的情报,且根据企业的运行程序进行分类的。科技情报的研究方法、手段沿袭了社会科学方法体系,主要包括定性和半定量的分析方法,其采用的手段以历史性的检索和综述为主。而竞争情报的分析方法是其本身内容含有多种经济指标,而吸收了经济学的一些分析方法;又由于竞争情报研究的每个项目都有不同的特色,所以有多种方法,并且每种方法都各有其适用范围。科技情报研究以文献作为主要来源,比较注意情报资料的自然积累和保留、保管,而竞争情报则更加注重信息来源的多样性、时效性和增值性,通过数字信息源获取动态性资料,并且分析其中的含义,并不只是对信息的简单排序和统计。竞争情报的服务对象是处于市场中的技术竞争主体,研究内容不仅仅是关于某项技术的国内外动态的调查,而是所有与本企业的竞争战略有关的信息,而科技情报研究主要为企业的科技创新、科技政策的制定服务。^①

5. 竞争情报与知识管理

知识管理和竞争情报关系密切,两者的活动对象都是知识和信息。知识管理活动包括信息的获取、处理,知识的挖掘、重组、创新、交流和显性化;竞争情报活动主要包括信息的搜集、信息内容重组、信息深度加工以及对发展趋势的预测及分析。知识管理主要研究关于环境、竞争对手、公司产品服务、用户的知识;竞争情报也研究宏观经济动态、行业趋势、消费趋势、市场动态、技术研发、有关竞争对手、国际贸易等方面的情报。知识

^① 郑敏. 传统的科技情报研究与竞争情报研究的比较分析. 中国软科学, 1997 (3): 45 ~ 47