

竞争情报

实践与方法研究



樊泳雪 著



竞争情报实践与方法研究

樊泳雪 著

四川出版集团
巴蜀书社

图书在版编目(CIP)数据

竞争情报实践与方法研究 / 樊泳雪著. —成都:
巴蜀书社, 2010. 8

ISBN 978-7-80752-619-3

I. ①竞… II. ①樊… III. ①企业管理—市场
竞争—情报工作—研究 IV. ①F274②G35

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 104744 号

竞争情报实践与方法研究

樊泳雪 著

责任编辑	侯跃生 田苗苗
封面设计	张 科
出 版	四川出版集团巴蜀书社 成都市槐树街 2 号 邮编: 610031 总编室电话: (028) 86259397
网 址	www.bsbook.com
发 行	巴蜀书社 发行科电话: (028) 86259422 86259423
经 销	新华书店
照 排	四川胜翔数码印务设计有限公司
印 刷	四川机投印务有限公司(028) 87487333
版 次	2010 年 8 月第 1 版
印 次	2010 年 8 月第 1 次印刷
成品尺寸	210mm×148mm
印 张	9.375
字 数	260 千
书 号	ISBN 978-7-80752-619-3
定 价	24.00 元

本书若出现印装质量问题,请与工厂联系调换

前 言

竞争情报作为一种为提高企业竞争实力，制定企业竞争战略服务的专业化情报活动，越来越受到各界的关注。随着经济的发展，市场日益成熟，企业间的竞争更加激烈，企业竞争实力不再只体现在资金、人才、技术、物质资源上，还体现在掌握、运用竞争情报的能力上。“知己知彼”，充分了解竞争对手和竞争环境有时是制胜的关键。目前，西方许多国家的企业已将竞争情报作为进行战略选择和技术决策的有力工具，并取得显著成效。有些学者将竞争情报上升至国家层面，认为当前经济全球化的竞争，已不再只是国家间企业的竞争或产品的竞争，而是国家间的整体竞争。有竞争力的企业及其产品最终是国家的产物，因此，竞争必然归结为国家间的竞争，国家是竞争情报最主要的行为者和利用者。

我国自 20 世纪 80 年代中期引进竞争情报以来，竞争情报研究活动得到了蓬勃发展。特别是在理论方面，涌现出一大批竞争情报的学术论文、学术著作，对竞争情报进行了深入全面的探讨，并成立了中国科技情报学会竞争情报分会（SCIC），为普及竞争情报知识，传播竞争情报技能，开展国际竞争情报的合作与交流提供了平台。90 年代中期以后一些高校图书情报专业、工商管理专业陆续开设了竞争情报相应的课程，培养专业化的竞争情报人才。这时，

竞争情报以理论研究为主，而作为竞争情报的实践者、使用者——企业界，仍处于静默状态，这主要是由于我国的市场经济刚起步，市场广阔，竞争不激烈。

进入 21 世纪以后，随着我国市场经济的快速发展，企业间的竞争日益激烈，因此，了解竞争对手、竞争环境的相关信息，成为保持企业竞争优势，提高竞争实力的关键，企业对竞争情报的需求开始迫切。由于社会的需要，竞争情报开始产业化，许多信息服务机构，如图书馆、咨询公司、科技情报研究所、软件公司等开始进入这个市场。我国开始进入竞争情报理论与实践相结合，健康发展阶段。

本书正是基于时代发展的需要，同时结合自己多年来的教学实践和高校图书馆工作经验而撰写的。全书共分八章。

第 1 章着重阐述了竞争情报的产生与发展、竞争情报的定义、内容、特征和功能，以及国内外竞争情报的研究现状。

第 2 章对竞争情报的搜集方法、原则、步骤进行了论述，并分析了竞争情报的各类信息源，特别是对非公开渠道信息源的利用进行了详细论述。

第 3 章剖析了竞争情报的主要分析方法，包括 SWOT 分析法、PEST 分析法、情景分析法、内容分析法、定标比超分析法等。

第 4 章阐述了竞争对手的定义、类型、识别方法，重点论述了竞争对手分析的内容和方法。

第 5 章从专利制度的产生和发展入手，阐述了专利文献作为竞争情报的重要性和现实性，以及如何利用专利地图分析专利文献，获得竞争情报的方法。

第 6 章通过对财务分析的论述，指出财务分析可全面了解竞争对手的竞争实力，预测竞争对手未来的发展势头。财务分析内容包

括盈利能力、偿债能力、营运能力和发展能力。

第7章详尽分析了人际网络在竞争情报活动中的重要性，介绍了企业构建竞争情报人际网络的方法及模式。

第8章对竞争情报活动中的法律规范与职业道德问题进行了探讨，并介绍了国内外与竞争情报活动相关的法律法规。

本书在撰写过程中参考了国内外大量的相关文献，在此，对这些文献的作者表示深深的感谢，没有你们的研究成果作为基础，我是难成此书的。

由于本人水平有限，书中难免有不妥之处，敬请读者指正。

樊泳雪

2010年5月15日

目 录

第一章 竞争情报概述.....	(1)
第一节 竞争情报的产生与发展.....	(2)
一、竞争情报产生的背景.....	(2)
二、国外竞争情报发展状况.....	(7)
三、中国竞争情报发展现状.....	(11)
第二节 竞争情报概念.....	(15)
一、竞争情报的定义.....	(15)
二、信息与竞争情报.....	(16)
三、竞争情报的内容.....	(18)
第三节 竞争情报的特征.....	(21)
一、对抗性.....	(21)
二、合法性	(21)
三、时效性和动态性.....	(22)
四、商业性.....	(22)
五、依附性.....	(23)
六、系统性和连续性	(24)
七、谋略性	(24)
八、保密性.....	(24)

第四节 竞争情报的功能.....	(25)
一、早期预警功能.....	(26)
二、决策支持功能.....	(27)
三、企业技术创新支撑功能.....	(27)
四、帮助企业学习的功能.....	(28)
第二章 竞争情报搜集.....	(31)
第一节 竞争情报信息源.....	(31)
一、信息源综述.....	(31)
二、信息源分类.....	(33)
三、竞争情报主要信息源.....	(34)
第二节 竞争情报搜集原则与步骤.....	(43)
一、竞争情报搜集的原则和策略.....	(43)
二、竞争情报搜集的步骤.....	(46)
三、竞争情报搜集的模式.....	(47)
第三节 竞争情报搜集方法.....	(48)
一、文献信息搜集方法.....	(48)
二、非文献信息搜集方法.....	(49)
三、网络信息搜集方法.....	(52)
第四节 竞争情报整理.....	(55)
一、竞争情报整理的重要性.....	(55)
二、竞争情报整理的基本要求.....	(56)
三、竞争情报整理的基本步骤.....	(58)
第三章 竞争情报分析方法.....	(65)
第一节 竞争情报分析法概述.....	(65)
一、竞争情报分析的意义.....	(66)
二、竞争情报分析的内容.....	(68)

三、常用的竞争情报分析方法·····	(69)
第二节 PEST 分析法·····	(73)
一、PEST 分析法的含义·····	(73)
二、PEST 分析法的主要内容·····	(74)
三、PEST 分析案例·····	(76)
第三节 情景分析法·····	(83)
一、情景分析法的含义·····	(83)
二、情景分析法的作用·····	(84)
三、情景分析法的实施步骤·····	(86)
第四节 内容分析法·····	(88)
一、内容分析法的含义·····	(88)
二、内容分析法的特点·····	(89)
三、内容分析法的实施步骤·····	(91)
第五节 SWOT 分析法·····	(93)
一、SWOT 分析法的含义·····	(93)
二、SWOT 分析法的实施步骤·····	(93)
三、SWOT 分析法的特点·····	(97)
第六节 定标比超分析法·····	(101)
一、定标比超的概念·····	(101)
二、定标比超的类型·····	(103)
三、定标比超的步骤·····	(105)
第四章 竞争对手分析研究·····	(108)
第一节 竞争对手的类型·····	(108)
一、竞争对手的概念·····	(109)
二、竞争对手的类型·····	(110)
三、竞争对手的地位·····	(113)

第二节 竞争对手识别的方法	(114)
一、搜集竞争对手的相关信息	(114)
二、竞争对手识别的方法	(116)
第三节 竞争对手分析的内容	(121)
一、竞争对手分析的理论基础	(121)
二、竞争对手分析的目的	(123)
三、竞争对手分析内容	(124)
三、竞争对手分析的主要方法	(131)
第五章 专利文献分析方法	(142)
第一节 专利制度概述	(142)
一、专利制度的产生和发展	(142)
二、专利制度的内容	(146)
三、专利文献的检索	(157)
第二节 专利文献分析的意义	(167)
一、了解技术发展趋势,为技术革新提供信息支撑	(167)
二、了解产业发展现状,帮助企业制订竞争战略	(168)
三、确定竞争对手,监测竞争对手的市场策略	(169)
四、为技术贸易提供必要的信息支持	(169)
第三节 专利文献分析的方法	(170)
一、专利文献包含的信息	(171)
二、利用专利地图分析专利文献	(172)
第六章 财务分析方法	(184)
第一节 财务分析综述	(185)
一、财务分析含义	(185)
二、财务分析的作用	(187)
三、财务分析的目的	(188)

第二节 财务信息搜集	(190)
一、财务信息的种类	(190)
二、获取财务信息的渠道	(193)
第三节 财务分析内容	(196)
一、财务报表分析	(196)
二、盈利能力分析	(200)
三、偿债能力分析	(202)
四、营运能力分析	(203)
五、发展能力分析	(204)
第四节 财务分析方法	(205)
一、财务分析的步骤	(205)
二、财务分析的方法	(208)
第七章 竞争情报中的人际网络分析	(220)
第一节 人际网络概述	(220)
一、人际网络的概念	(221)
二、人际网络的构成要素	(222)
三、人际网络理论	(224)
四、人际网络的类型	(227)
第二节 竞争情报中的人际网络构建	(229)
一、构建竞争情报活动中人际网络的意义	(229)
二、竞争情报人际网络特点	(231)
三、竞争情报人际网络的构建步骤	(232)
四、构建竞争情报人际网络	(235)
第三节 竞争情报人际网络管理	(247)
一、建立竞争情报人际网络数据库	(247)
二、优化竞争情报人际网络	(250)

三、维护竞争情报人际网络	(251)
第八章 竞争情报活动的法律规范与职业道德	(253)
第一节 商业秘密	(254)
一、商业秘密概述	(254)
二、竞争情报与商业秘密的关系	(258)
三、通过合法途径获取商业秘密	(259)
第二节 竞争情报的法律规范	(264)
一、竞争情报的法律属性	(264)
二、竞争情报与商业间谍的区别	(266)
三、侵犯他人商业秘密的行为表现	(269)
四、国内外对不正当竞争行为的法律制约	(270)
第三节 竞争情报的职业道德	(275)
一、竞争情报中的道德失衡现象	(276)
二、竞争情报的职业道德规范	(278)
主要参考文献	(282)

第一章

竞争情报概述

竞争普遍存在于自然界和人类社会，是自然界不断进化，人类社会不断进步的动力。著名生物学家达尔文在其著作《物种起源》中提出“物竞天择，适者生存”的思想，揭示出竞争的基本法则就是优胜劣汰。在自然界，生物体之间的竞争是为了维持其自身生存而不断适应外部环境的过程，它既是生物不断进化的动力，也是生物进化的起点和终点，并且贯穿于整个生物进化的全过程。在人类社会中，竞争的淘汰机制，迫使社会成员不断进取，奋力向前，从而促使社会不断发展、进步。竞争是竞争情报产生与发展的前提，由于竞争的普遍性，竞争情报活动也是人类历史上一直存在的现象。孙子关于“知己知彼，百战不殆”的论述，充分体现了竞争情报工作的重要性。在军事上情报的价值和作用早已为人们所认识，随着社会经济的发展，面对日益激烈的市场竞争，使得掌握企业间相关竞争对手和竞争环境的情报、信息越来越重要。可以说竞争情报已成为当今企业最重要的竞争工具之一。

第一节 竞争情报的产生与发展

一、竞争情报产生的背景

竞争情报活动虽然早已出现，但真正作为有理论、有实践、有组织并且有职业化特征的“竞争情报”概念的出现，却是从 20 世纪 80 年代初才开始的。

1. 剧变的竞争环境是竞争情报产生的前提

第二次世界大战后，世界相对和平，人们开始将注意力转向经济建设，为医治战争创伤，各国政府纷纷采取各种措施促使本国经济高速发展，特别是美国、日本、西欧各国，经济持续高速发展，开始进入经济复兴时代。随着 20 世纪 90 年代苏联解体、“柏林墙”推倒，标志着东西方“冷战”结束，世界两大军事集团的对峙消失，从波罗的海边的什切青到亚得里亚海边的里雅斯特，一幅横贯欧洲大陆的铁幕开始拉开，以美苏为代表的两极世界格局，变成了多极世界格局，国家间的军备竞争转为经济竞争，各国把竞争焦点从战场转向市场。经济的激烈竞争，使一些新兴的经济发展国家开始大规模地走向世界，参与瓜分国际市场份额，被抢占了原有市场的美国与欧洲企业纷纷予以反击，市场竞争的国际化逐步显现。以贸易自由化和跨国公司为主导特征的区域经济一体化发展趋势，加速了经济全球化进程，高新技术的不断发展和日新月异，对产业结构调整产生了重大影响，特别是网络化和信息数字化，使各种经济信息和日常经济活动均可以数字化处理方式在世界范围的网络上低成本高速进行。网上电子交易的全球化、普及化，使以纯粹符号传递为内容而无物体、货币、人员等要素流动的虚拟经济活动得到迅

速发展,支持实体经济中的资本流动、资源配置更有效率地进行,技术进步更快地发展,并由此促进了产业间的密切联系,带动了传统产业的内部结构调整和新兴产业的迅速发展,也改变了市场结构要素和市场竞争格局。企业生产本地化与产品销售区域化被打破,企业不得不面临着经济全球化和市场竞争更加激烈的外部环境。经济全球化影响着每一个国家、每一个地区、每一个企业。

此外,产品生命周期缩短,生产厂商泛滥,产品趋同,市场日趋成熟,也是加剧市场竞争的原因。由于技术创新加快,在许多产业中产品的生命周期大大缩短,信息技术产业的产品生命周期,20世纪80年代为五年,90年代缩短为两年,而现在不足三个月。产品生命周期的缩短导致技术垄断的时间缩短,新产品技术开发和生产成本加大,一个新的技术或产品上市后,如果不能及时打开销路,占领市场收回成本,更新的技术或产品将很快替代它。同时市场日趋成熟也使竞争加剧,随着经济的不断发展,许多国家的经济增长已很缓慢,市场趋于饱和,一个企业的扩张往往会剥夺另一个企业的市场份额;而被剥夺市场份额的企业必然拼命反抗,从而使竞争更加激化。

上述变化使企业与企业之间的互动性增强,对竞争对手研究日益重要,企业的成功或失败很大程度上取决于他们竞争对手的行为和反应,一台计算机的功率算不算大不是取决于它本身的功率,而是取决于市场上其他企业的计算机的功率;一种手机的功能是否齐全,不是取决于手机本身功能的多少,而是与其他品牌的手机功能相比较。企业要想在激烈的全球化市场竞争环境下赢得优势,就必须扩展全球经营的视野,时刻观察与防范竞争对手,密切跟踪行业内外的发展趋势并及时地做出反应,不断捕捉变幻莫测的市场竞争态势与新技术的演变。因此,如何快速、准确地获取信息、分析信

息,并及时做出反应,对企业获取竞争优势显得尤为重要。目标明确、针对性强、精炼准确的竞争情报成为企业争取生存的重要工具。

2. 丰富的信息资源是竞争情报产生与发展的基础

信息是竞争情报分析的物质基础。竞争情报广泛存在于报刊、杂志、行业协会出版物、政府文献、会议文献、专利文献、互联网、数据库等渠道中。20世纪以来,科学技术以前所未有的速度快速发展,导致科学文献数量急剧增长,据粗略估算,科学文献数量每10年左右翻一番,而且其倍增周期在不断缩短。目前全球公开发行的期刊已有10多万种,我国也有8000多种,每月有近10万篇文献发表,传递着大量信息。专利文献是竞争情报关键信息源之一,它数量庞大,内容广博新颖,反映的新技术内容系统完整、详尽可靠,全世界每年新发表的反映各国科技水平的技术成果有95%以上都可以在专利文献中查到。目前,全世界已有4700万件以上的专利文献,而且每年仍以100万件的数字递增。2001年我国授权11万件专利,2007年授权了35万件专利。会议文献也是收集竞争情报的重要信息源,学术会议是交流学术研究的极好场所,也是传递和获取科技信息的重要渠道。会议文献专业性和针对性强,内容新颖,学术水平高,信息量大,涉及的专业内容集中,可靠性高,及时性强。据美国科学情报所(ISI)统计,全世界每年召开的学术会议约1万个,正式发行的各种专业会议文献有5000多种。

另一个重要的信息资源库——互联网正从各个方面逐渐改变人们的工作和生活方式。Internet从20世纪60年代末问世以来,正以当初人们始料不及的惊人速度向前发展,今天它已成为全球最大的信息资源宝库,拥有各种不同类型的信息资源,是各行业获取信

息的主要渠道之一。截至 2007 年 12 月,我国网站数量达 1 503 800 个,企业网站所占的比例最大,占网站总数的 60.4%^①。这些企业网站提供“企业介绍”、“产品/服务介绍”、“企业动态新闻”、“产品查询”、“针对最终用户的网上销售”等等服务,通过这些内容,可以搜集到企业最新战略、竞争对手的动向、新产品的性能、新技术的应用、企业市场销售状况等方面的信息。

丰富的信息源为情报分析提供了必要的物质基础,但同时信息的大量增加也不可避免地产生了一些负面作用,无用信息、虚假信息掺杂其间,造成信息“污染”,导致人们在信息的海洋中迷失。在这样的环境下,信息分析显得尤为重要,只有通过分析,才能甄别优劣,去伪存真,得到所需情报,发挥为决策者提供决策依据的作用。

3. 高速发展的信息技术是竞争情报产生与发展的保障

20 世纪 80 年代以来,计算机、通信技术、网络技术和多媒体技术的迅猛发展,在加剧市场竞争的同时,也为情报研究领域的发展带来了契机。特别是因特网的发展,大大降低了企业搜集信息的成本,现在,我们坐在办公室里就可以通过网络阅读到竞争对手企业的网页,了解他们的新产品、新动向;可以了解行业专家对行业现状、趋势的评论;可以查询政府部门的有关文件,了解针对本行业的最新政策、法规;通过网络可以还学习最新的管理方法,了解著名专家提出的最新竞争战略建议,可以查询专利数据库,找到全世界最新颁布的专利文献。

此外,在网络技术、超文本技术、信息分析技术的支持下,许多用于竞争情报搜集、处理、分析、传递的软件已日益成熟,这大

^① 汤爱群,吕先竞.我国互联网内容信息资源现状调查与分析[J].科技情报开发与经济,2008.