

企业杀手

商业007 CORPORATE KILLER

钱诗金 钱丽 编著

披露商业间谍的惊悚案例 警示经营者保护商业秘密



企业管理出版社

ENTERPRISE MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE



企业杀手

——商业 007

钱诗金 钱 丽 编著

披露商业间谍的惊悚案例 警示经营者保护商业秘密

企业管理出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

企业杀手: 商业 007/钱诗金, 钱丽著. —北京: 企业管理出版社, 2014. 9

ISBN 978 - 7 - 5164 - 0933 - 6

I. ①企… II. ①钱…②钱… III. ①商业秘密 - 保护 - 研究 IV. ①F713.51

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 206910 号

书 名: 企业杀手——商业 007

作 者: 钱诗金 钱 丽

责任编辑: 尹洁静

策划编辑: 闫书会

书 号: ISBN 978 - 7 - 5164 - 0933 - 6

出版发行: 企业管理出版社

地 址: 北京市海淀区紫竹院南路 17 号 邮编: 100048

网 址: <http://www.emph.cn>

电 话: 总编室 (010) 68701719 发行部 (010) 68414644

编辑部 (010) 68416775

电子信箱: 80147@sina.com zbs@emph.cn

印 刷: 北京市通州运河印刷厂

经 销: 新华书店

规 格: 170mm × 240mm 16 开本 13.125 印张 195 千字

版 次: 2014 年 10 月第 1 版 2014 年 10 月第 1 次印刷

定 价: 35.00 元

版权所有 翻印必究 · 印装有误 负责调换

前言

Foreword
Corporate
killer

我们进入到了一个前所未有的大数据时代。在这个时代，信息情报给企业带来一个史无前例的市场商机，同时也带来无可避免的新伤害，也就是商业间谍的大量涌现。

商业间谍——也是商业 007。

商业 007——当今的企业杀手，来去无踪，觊觎企业情报，随时给企业带来不测！

美国几乎每家大公司都设有情报室。例如摩托罗拉公司在世界各地都布有情报点。它们的任务就是监视竞争对手，窥探对方有无兼并计划或有无新技术等有可能影响到竞争大局的情报，甚至监视同行公司的信心和士气。

“间谍”不再只是屏幕上连续剧里的角色，而是离我们很近，甚至就在家门口转悠。

商业间谍，或许将成为中国商界的一个关键词。

一位服务于不同公司的美国自由间谍曾说过：“有战争就有欺骗，商场亦不例外。”

商业间谍的本质是用经济流交换信息流，再用信息流创造更大的经济流。提供商业机会只是情报的作用之一，在不同产业发展的关键时期，竞争对手的情报或商业机密都是企业在商战中胜出的隐形筹码。一般是竞争的一方处于劣势时会给对方扣上商业间谍的帽子，以此来制衡

对方，增加竞争的砝码。

很多弱者获取商业机密是为了争取平等地位，谋求更加平等的竞争。但是发达国家对新兴市场的情报战，是要争取控制优势，获得超额利润。在世界 500 强企业中，一般都有属于自己的情报机构，通过情报的搜集和加工获取垄断利益。

随着商业机密的重要性日益凸显，商业间谍的手段也会日益高明。因而给商业间谍设一道防线，已成为未来市场竞争必不可少的一课。为了将损失降到最低，许多公司不得不投入巨资加以防范。比如，雷曼兄弟公司在“9·11”后就拉来了前中央情报局的官员，担任公司全球安全部门的负责人。也有一些公司配置专业设备，时刻提醒员工注意保护商业机密。例如，在苹果的一些会场内总会有这样的提示语：“请擦去黑板并将你所有的秘密文件处理掉，工业间谍在你之后预定了这一房间。”同时，许多企业也雇佣专业的安全公司负责对公司职员进行调查和监控，及时发现潜在的商业密探，保护本公司利益。

有一名在法国汽车工业集团法雷奥工作的女实习生由于不了解公司保密条例而在电脑中储存了大量公司机密资料，结果被法国警方以“涉嫌窃取商业机密罪”拘捕。尽管具体事实还在调查之中，但从这件事深刻地感受到国外公司对自己商业机密的保护意识。而从国外公司保密措施中，中国企业也许能学到很多东西。

随着中国企业走向世界，它们必将频繁地遇到此类事件。这也意味着中国公司在防范商业间谍的薄弱环节上，尤其需要加强。

商业 007，威胁到企业生存和发展，而且在大数据、信息化的商业竞争中，他在你猝不及防的一个商业细节中出现，是我们的当今市场竞争只能防范却无法避开的顽敌，对此，我们万万不可掉以轻心或被动束缚，需要的是警钟长鸣。

网络生态的形成使得我们不得不面对网络失窃和商业间谍的侵扰，中国公司准备好了吗？

作者

2014 年 8 月



Corporate killer

目录

第一章 市场谍烟 / 1

比战场更残酷、比硝烟更弥漫的争斗就是今天的市场竞争，这种残酷性和弥漫气氛，主要来自商业间谍的频繁活动，而且被演绎得更加淋漓尽致。

从古至今，间谍从来都是“捕风捉影，神出鬼没”。只是，当今间谍凭借先进的科技手段，窃密的途径和方式可谓无孔不入。

神秘的窃密客 / 3

资产不翼而飞 / 5

间谍之战 / 7

市场新探手 / 13

无孔不入的工商业及军事“自由间谍” / 14

独来独往的网络“自由间谍” / 15

谁做“情报专家” / 16

间谍就在你身边 / 18

看不见的手 / 20

生死情报 / 23

“硝烟”弥漫的市场 / 26

第二章 企业谍袭 / 27

世界不太平，同样，企业也不太平。商业间谍利用高科技进入企业刺探和窃取情报，让越来越多的企业感到企业的核心技术可能随时被对手侵吞。

瞄准企业，袭击企业，以各种手段窃取企业信息情报，使企业成为商业间谍的重点对象。

谁是商业间谍 / 31
诡计多端的间谍术 / 33
“引狼入室”的招聘 / 37
身边的特殊秘书 / 40
间谍门 / 42
间谍收买 / 46
疯狂的地下世界 / 48
浑然不知的圈套 / 49
企业心患 / 52
公仔间谍 / 55
间谍“阶梯” / 57
内部泄密 / 58
商业秘密的败诉者 / 63
骗你没商量 / 65
图纸的买卖 / 67
侵权之痛 / 68
狡诈的境外间谍 / 70
“美人计”的诱惑 / 73
企业恐怖 / 76

第三章 网上谍影 / 73

网络为我们带来新的商业模式、新的生活方式和新的思维，同时，也为我们带来了新的危险，这就是网络间谍。

网络缩短了人们交往的距离，但却使线上窃取商业机密的活动得以进行。

网络谍战 / 81
网上行谍者 / 84
特别的“亲近” / 85
网上隐情 / 87
黑客 / 88
万能情报网 / 90
谍中谍 / 94

威胁紧逼 / 95

第四章 企业情报 / 93

任何企业从创业成长到巩固发展,时刻都离不开信息情报。从一定意义上来说,当今的每一个企业,都是一个信息情报站,从这个情报站里,你可以获取其他企业的许多信息情报,其他企业也可以得到你的信息情报,但关键点是——必须依法获取。

情报分析师 / 103

分析师的保护伞 / 107

抄价员的奇想 / 108

情报服务的潜规则 / 110

情报价值 / 112

情报高手 / 115

网上的情报搜集 / 120

合法信息的搜集 / 122

非正规潜入 / 128

第五章 竞争情报 / 121

市场是没有硝烟的战场。市场竞争是产品的竞争,更是情报的竞争。

现代企业不但要有雄厚的实力,还要有灵敏的反应。而企业想要具备灵敏的反应,就必须建立一套完备的竞争情报系统。

竞争情报的解读 / 133

竞争情报的作用 / 137

竞争情报的价值 / 139

竞争情报的运作 / 142

竞争情报的增效 / 144

竞争情报的终端 / 147

培养竞争情报文化 / 148

竞争情报的危机管理 / 150

情报渗透 / 151

竞争情报的策略 / 153

第六章 情报守护 / 145

商业情报可以说是企业的“第四生产要素”。因此，保护好自己的商业情报就像保护好自己的资金、产品和人才一样重要，甚至更重。

“使你疲倦的不是远方的群山，而是你鞋里的一粒石子。”我们的企业要时刻揣摩“瓦尔德内尔提袜子”时的动作。

- 企业垮台之谜 / 157
- 呵护你的情报 / 159
- 远离商业间谍 / 160
- 不能陪同的规矩 / 161
- 谨防内鬼 / 163
- 法律保护 / 163
- 情报的攻与防 / 166
- 重点严防 / 169
- 关上漏风的窗 / 171
- 注重防范细节 / 173
- 保密的铜墙铁壁 / 186
- 关键员工的管理 / 190
- 防护钥匙 / 193
- 狙击偷窃 / 195
- 守住底牌 / 197
- 严密网管 / 199
- 让员工忠心 / 201



第一章

市场谍烟



比战场更残酷、比硝烟更弥漫的争斗就是今天的市场竞争，这种残酷性和弥漫气氛，主要来自商业间谍的频繁活动，而且被演绎得更加淋漓尽致。

从古至今，间谍从来都是“捕风捉影，神出鬼没”。只是，当今间谍凭借先进的科技手段，窃密的途径和方式可谓无孔不入。



神秘的窃密客

有市场的地方就有赚钱的人；有商业秘密的地方就有潜伏窃密者的可能。这些人收入颇丰，却又片刻之间化险为夷。这就是当今市场上来无影去无踪的商业间谍。

这些商业间谍，有的经过专门训练，有的只是市场上的半路杀手或信息情报小贩，但他们都习惯扮演不同角色，往来穿梭各大写字楼和公司企业，窃取商业机密谋求经济利益。

上至大型卖场的活动方案，下至知名日用品的生产和销售，都在暗流涌动中，上演着窃取和反窃取的“窃听风云”。有数据显示，有近六成的企业遭遇商业间谍，结果就是给企业带来几百万甚至上亿元的经济损失。

商业“间谍”的存在，最原始的动力固然是利益诉求，然而，在涉及窃取商业机密的跳槽、卧底、潜伏、刺探甚至是商业行贿的不同方式中，也蕴含着诸如梦想、野心、利益、道德、背叛、情感等诸多因素，当商业机密在法律上的界限还存在模糊的边界时，一幕幕悲喜交加的商战大片不断上演。

已经身陷图圈的李先生，时常会不由自主地进行这样的假设：如果

时光倒流，当利益的诱惑出现在自己面前时，如果自己没有头脑发热，自己也许会有完全不同的生活。然而，李先生给不出自己想要的答案，作为掘进机业内的高端人才，李先生曾想凭自己过硬的技术，能够在业内被人瞩目。

有一家生产制造煤炭矿冶机械、工程建设机械、道路养护机械的集团化企业，在全省乃至全国都具有一定的知名度。为研制开发煤炭矿冶机械，集团不惜重金招聘人才，先后成立了掘进机研究所等 14 个专业研究机构。正是在集团谋求着开疆拓土的战略中，有着深厚专业技术功底的李先生，被高薪礼聘，职务是掘进机研究所所长，年薪将近 30 万，经过李先生等科研人员的 4 年努力，终于成功研发出技术含量更高的煤炭掘进机，并借此迅速占领了国内的大部分市场。

还没等到李先生踌躇满志，一天，一个电话如同投进湖水中心的石头，荡起的波纹让李先生坐立不安“到我们公司来，年薪 30 万，给你配专车，而且每给我们拿出一套设计，就给你 60 万……”打电话的是外省一家机械股份有限公司总经理龚先生。

经过见面密谈，双方达成“合作协议”，龚先生许诺给李先生年薪 30 万元，并先期支付给李先生 10 万元“录用诚意金”和一辆雪佛兰景程轿车。而李先生需回报的是在一个月时间内，交出第一份煤炭掘进机图纸。

李先生答应了，但他心里很清楚，如果不参照成品图纸，他根本无法完成新东家交给的任务。所以李先生只有铤而走险窃取原公司设计图纸。但是，公司有很好的保密制度，公司设计人员的电脑都无法与外界联系，U 盘插孔也都是封死的，办公室内到处都是监控摄像头。

最后还是李先生的手下陆先生想到了一个办法，利用公司开评审会之机，由陆先生把自己的电脑从设计室搬到了会议室，当会议结束其他人员离开后，用事先准备好的电脑硬盘更换公司的电脑，从而将公司的掘进机设计图全部拷贝，这个“狸猫换太子”之计，进展得异常顺利。在得到所有材料的三个月后，李先生提出了辞职申请。他一共带走了 12 套机械设计图纸，每一套价值最少 60 万，除此之外，还有其他设计，而这些设计每一项研发完成后价值都在 500 万左右。紧接着在不到

一个月的时间里，原来隶属于公司掘进机事业部的陆先生等 7 名研发骨干相继提出辞呈。

不到三个月的时间，市场上出现了与老东家类型相同的掘进机产品。公司这才意识到自己研发设计的掘进机图纸被人窃用了。

也许，李先生并不知道自己的行为其实和全球历史上最著名的十大商业间谍案中的一个案例不谋而合。1996 年，通用汽车的一名高管，携带着通用的一些重要文件，包括新车型计划、供货价格和即将投产的一条新车型生产线的详细方案加入德国大众公司。有关方面认定，该名主管所带走的那些资料对大众有着重要的情报价值。2002 年，该高管被起诉，最终，大众公司向通用公司赔偿了 1 亿美元。

为了争夺市场份额，各企业均花上大手笔来研发新的核心技术。商业秘密的泄露给企业带来的后果轻则损失经济利益，重则关乎企业的生死存亡，甚至还会关乎到国家利益。

资产不翼而飞

比沙场更残酷、比硝烟更肆意的战争就是今天的市场竞争，这种残酷和肆意在市场间谍日益猖獗的活动中，表现得更加淋漓尽致。

这是一个真实的故事。

几年前的一个深夜，美国俄亥俄州克利夫兰医院克利夫兰诊疗所的拉纳研究所突然出现两个身影。他们左突右闪绕开警卫，摸索到实验室，在一阵翻箱倒柜后，将两个药瓶带走，而且还拷贝了电脑中的资料。第二天，拉纳研究所的工作人员发现实验室丢失了有关老年痴呆症的 DNA 样品和试剂，而此时研究所的工作人员日本人冈本卓也不见了踪迹。经过调查，警方认定是冈本卓及其同伙实施了这一犯罪行为，而拉纳研究所也向当地法院控告冈本卓触犯了美国的《经济间谍法案》。这次偷窃行为使克利夫兰诊疗所损失了 200 万美元。

随着竞争的日趋激烈，像冈本卓这样的商业间谍越来越多，而这些人的行为也给各大公司造成了惊人的损失。2004 年的调查显示，名列财富杂志前 1000 名的公司每年因商业机密被偷窃的损失高达 450 亿美元，每家每年平均发生 2.45 次，损失超过 50 万美元，54% 的案件直接

损失高达 1.2 亿美元，平均为 1500 万美元，而位于硅谷的高科技公司的商业机密当然是盗窃的首要目标，这些数据表明了商业间谍问题的严重性。

商业间谍在给丢失情报一方的公司带来巨大损失的同时，也使这些公司丧失了赶超对手甚至是发展的机会。上世纪 60 年代，日本的佳能公司有望在复印机市场超过施乐公司成为复印机的领头羊，却由于公司内部出现商业间谍，致使大量资料泄密给施乐公司，从而失去了成为霸主的机会。而比尔·盖茨在其著作《未来时速》一书中也认为，商业情报会影响一个公司的发展，而泄密则会给丢失情报的一方带来重大打击。

商业情报对公司的兴衰至关重要，很多国家的情报机构也开始投身于此。冷战时期，两大敌对阵营的间谍网一直忙于搜集对方的军事和政治情报。冷战结束后，各国的间谍网并没有放松他们对整个世界的监控，但将重点放在了刺探公司的情报上。1994 年，美国利用冷战时期在欧洲建立的“阶梯”间谍网，通过电话窃听发现，欧洲空中客车公司为赢得与沙特阿拉伯航空公司的合同曾向该国政府官员行贿，于是立即将此事通知了美国官员，促使美国波音和麦道公司也加入到竞争当中。最终，美国公司在去年赢得了这一价值 60 亿美元的合同。

情报工作的目标是搜集并储存有关市场和竞争者的任何消息，然后寻找别人看不到的机会。为此，一些公司聘请专门的情报人员从事窃取或保护商业机密的工作。2002 年 1 月，美国食品业巨头施万销售公司就雇佣了一名双重间谍来挖掘卡夫公司“越来越脆的”冷冻比萨饼的秘密。行动中，这名商业间谍采取了很多职业间谍才有的手法。他窃取的情报给卡夫公司带来 300 万美元的损失。虽然一些公司中不乏以前联邦调查局和中央情报局的退役人员，但是大多数公司倾向于选择会计师、市场研究人员和有 MBA 学位的人，即具有较高的分析能力且善于很快地搜集和综合分析大量信息的人。

不仅国家间进行激烈的商业情报战，本国内的公司间也在进行。2002 年，世界著名软件商甲骨文公司坦承，曾聘用国际调查组织对与微软有往来的团体进行间谍活动，以搜集微软有关涉嫌垄断的证据。由

此可见，商业间谍的活动在近年来愈演愈烈，通过合法和非法的手段窥探竞争对手的活动已经成为各产业界的一种隐蔽的附属产业。

间谍之战

商业间谍活动日趋猖獗是世界经济全球化的一个副产品。

发端于 20 世纪 50 年代后期、被称为“计算机战争”的日美高技术开发竞争，随着 1982 年 6 月的“IBM 商业间谍案”达到高潮。代表日本工业最高水平的日立制作所、三菱电机的雇员在美国被诱捕、起诉的事件曾经轰动一时。

不久前，法拉利怀疑几位已经离开车队的技师正在充当商业间谍，他们企图向别的车队出卖去年帮助舒马赫夺取了 15 站 F1 分站冠军的 F2002 赛车的关键技术数据。

其实，这已经不具“新闻性”了。随着信息技术的飞速发展，很多企业公司不再靠制订长远的战略性计划取胜，而是靠迅速准确地掌握市场和竞争对手的信息，采取灵活多变的竞争战术取胜。于是，市场竞争情报业便应运而生。

全球商业间谍活动日趋猖獗。在“财富 500 强”的大公司里，几乎每家都设有“竞争情报”部门，从事商业情报信息的间谍业务。可口可乐、3M、通用电气和英特尔等公司，全都派重要人物负责调查商业竞争对手正在干什么，甚至偷窥对手的策略和动向。

激烈的商战中，经常出现数家公司同时争夺一个项目的状况。这时候，作为一个企业，摸清其他公司的报价就可以使自己在竞争中占据优势。企业不关心商业间谍如何搞到情报，但是他们确实想要情报，为此不惜代价。公司之间的战争是极其残酷和丑恶的，他们不仅想要对方的技术和商业机密，而且还想掌握对方的阴暗面。前些年在美国 IT 业，包括甲骨文、微软、美国在线在内的一些大公司之间，间谍战故事层出不穷。甲骨文公司雇佣私人侦探刺探在《反垄断法》方面公开支持微软的某些商业企业和政策集团，虽然他们说这样做的目的是为了社会的公共利益，但所有人都相信甲骨文会从受伤的微软得到好处。在硅谷，盗窃创新成果已经屡见不鲜。偷窃手段层出不

穷：窃听电话、截获传真和电子邮件、雇佣黑客侵入对方的核心网络系统，有的商业间谍在写字楼转来转去，乘人不备顺手牵羊，一旦被抓获，就伪装成小偷……

很多雇佣商业间谍的公司都认为，女性是做这项工作的最佳人选。工商业领域过去一直是男人的天下，他们几乎独占了所有要害部门的领导职位，人们也习惯于认为女性职员能够获得核心机密的可能性很小。正因为如此，女性商业间谍不容易受到怀疑，而且，三个女人一台戏，女人之间闲聊起来可以无边无际，通过聊天获得情报的机会大增。另外，在所有的职业中，秘书、助理、清洁员是最容易找到工作的，这恰好都是属于女性的职业。

一方面，企业为了在激烈的市场竞争中处于不败之地和寻求发展的捷径，要千方百计探知对手的秘密；另一方面，对金钱和刺激的追求，女性并不输给男性，以致近年来女性商业间谍的人数呈快速上升趋势。

华盛顿日前公开的一份解密文件更是称：在上世纪 70 年代，美国国家安全局曾与澳大利亚、英国、加拿大和新西兰共同组建了一个名为“梯队”的间谍网，目的是对全球卫星通信实施电子侦察。但是美国和英国断然否认它们曾利用这个间谍网来为自己的经济利益服务。

最近一年来，专门为美国中央情报局招收特工人员的斯蒂夫忙得不亦乐乎。“从今年春季开始，寄到我们这里的求职信件快把我们淹没了。”斯蒂夫说不仅中情局（CIA）如此，联邦调查局（FBI）和国家安全局（NSA）也是这样。

自从 9·11 事件之后，“我在为我的国家服务”这个口号已成为美国年轻人中一件很“酷”的事情，尤其他们认为作为一个间谍为自己国家服务是一件“特别酷”的事情。

不仅大学生对情报工作产生了浓厚的兴趣，许多申请做间谍的工作者往往是已经在他们自己的领域里小有成就的专业人士，不少人在国外某一地区已积累了丰富的工作经验。他们不到 30 岁，除了听说过詹姆斯·邦德之外，对间谍工作没有什么了解。

如果你要成立电信等竞争激烈的商业领域的公司，那么你成功的关