

市场竞争和 竞争情报

缪其浩 主编

北京科技情报学会
上海科技情报学会
中国科技情报学会竞争情报分会
中国兵工学会情报分会
北京华门策略顾问有限责任公司

SHICHANG JINGZHENG HE
JINGZHENG QINGBAO

军事医学科学出版社

市场竞争和竞争情报

缪其浩 主编

CD326/04

北京科技情报学会

上海科技情报学会

中国科技情报学会竞争情报分会

中国兵工学会情报分会

北京华门策略顾问有限责任公司

军事医学科学出版社

内容简介

本书从现代竞争理论和市场竞争的大视野出发,分导论篇、方法篇、案例篇和附录篇四大部分,论述了竞争情报的基本内容、主要方法和发展动向,提供了15个竞争分析和策略制定的操作案例,介绍了国际上常用的23种竞争分析方法和评价国家竞争力的指标体系。内容翔实、观点新颖、虚实结合,具有良好的学术性、先进性和实用性。

本书供情报研究、信息咨询、企业管理、市场营销人员和高等院校的信息管理、经济管理、商贸专业的师生参考,并可作为相关单位的在职培训之用。

* * * * *

图书在版编目(CIP)数据

市场竞争和竞争情报 / 缪其浩主编. —北京: 军事医学科学出版社, 1996.6

ISBN 7-80121-000-X

I.市… II.缪… III.市场竞争—关系—经济信息 IV.F208

中国版本图书馆CIP数据核字(96)第09850号

* * * * *

市场竞争和竞争情报

主 编 缪其浩

责任编辑 李春德

(北京太平路27号 邮政编码: 100850)

新华书店总店科技发行所发行 各地新华书店经售

北京四环科技印刷厂印刷

开本: 850mm×1168mm 1/32 印张: 12 字数: 311千字

1996年6月第1版 1996年6月第1次印刷

印数: 1—5000 定价19.50元

ISBN 7-80121-000-x/G·1

市场竞争和竞争情报

主编 缪其浩

总审 包昌火 许国英 陈桂荣

编著 (以姓氏笔画为序)

方保伟 刘诗章 完平

沈振英 李正中 张左之

杨卫东 赵树宜 孟昭鹏

陶翔 缪其浩

军事医学科学出版社

序

中共中央关于建立社会主义市场经济体制的决定，极大地加快了我国社会主义现代化建设的进程。政府职能的转变和现代企业制度的建立，正在促进企业的决策自主化和经营市场化。我国企业正在成为市场竞争的主体。因此，在我国经济体制由传统的计划经济体制向社会主义市场经济体制转变、经济增长方式从粗放型向集约型转变的历史时期，积极倡导并发展竞争情报事业，是一项具有重大战略意义之举。

竞争情报是关于竞争环境、竞争对手和竞争策略的信息研究，是情报研究工作的新发展，是市场竞争激化和社会信息化高度发展的产物。竞争情报的主要目的是为增强集团和企业的竞争实力，为提高产品和服务的市场占有率服务，为集团和企业的竞争决策服务。因此，它是集团和企业生存与发展的重要手段，是逐鹿市场，求胜避败的战略举措，也是现代企业管理和国民经济信息化的重要内容。

国际情报研究工作的经验和现代信息技术的发展表明，国家之间的实力较量，在一定意义上也是信息和情报的利用能力的较量。控制和开发信息资源的能力已经成为现代国家实力的标志。这就是为什么西方国家大力发展“信息高速公路”，实行“信息威慑”的根本原因，这也是邓小平同志关于“开发信息资源，服务四化建设”重

要指示的深刻内涵。因此，竞争情报应当成为我国信息资源开发工作和信息系统的重要构成。

北京科技情报学会、上海科技情报学会、中国科技情报学会竞争情报分会、中国兵工学会情报分会等单位，组织我国一批从事竞争情报和竞争分析方面的专家，首次从现代的竞争理论出发，系统深入地论述了竞争情报的基本内容、主要方法和发展动向，廓清了竞争情报与社会信息、商业秘密、工业间谍和不正当竞争情报活动之间的区别，并详尽地提供了建立企业竞争情报系统和开展竞争分析的方法、技能和案例，无疑是我国情报界在理论建设方面的一件大事。它不仅拓宽了Intelligence一词的学术含义，开拓了我国情报研究的新领域，而且从理论与实际的结合上为科技情报研究工作进入国民经济主战场，为我国企业管理的信息化提供了思路和技能，因此也是我国信息界、企业界的一件大事。

我相信，本书的编著和出版，对于具有40年光荣传统和实践经验的我国情报界将产生一个新的、巨大的推动，有助于我国科技信息机构更好地满足中国企业对信息咨询，特别是竞争情报服务的需求，推动竞争情报事业在中国的成长，促进情报研究和信息咨询工作的国际化和产业化，为我国经济发展、企业振兴和国民经济信息化做出响应时代呼唤的应有贡献。

北京市科学技术委员会主任
北京科学技术情报学会理事长

邹祖焯

前 言

由北京科技情报学会、上海科技情报学会、中国科技情报学会竞争情报分会、中国兵工学会情报分会和北京华门策略顾问有限责任公司联合编著出版的《市场竞争和竞争情报》一书，经过几年的努力即将面世，以飨我国信息界和企业界的读者。

我国情报界有组织地从事情报研究活动已经经历了40个春秋，为我国的科技进步、经济振兴和社会发展做出了重要的贡献，起到了先导、桥梁和咨询作用，并形成了专业与综合、条条与块块相结合的情报研究体系，造就了一支具有约两万人规模和相当素质的情报研究队伍。

在科学技术要面向经济建设、经济建设要依靠科学技术的方针和“稳住一头，放开一片”的政策指引下，科技情报研究在拓宽服务领域和进入国民经济主战场方面正在探索前进。竞争情报的引入和实践，无疑为我国情报界提供了新的思路和活力，尤其对于基层科技信息机构来说更是如此。

竞争情报与我国的情报研究工作都是针对用户的特定需求，以信息的采集、评价、分析和综合等系列化加工为基本过程，以形成新的增值的情报产品，为科学决策服务为主要目的的一种智能活动。简言之，即 Information 的 Intelligence 化。区别在于竞争情报具有更强

的专指性、针对性、时效性、增值性和信息来源的多样性，即具有强烈的对抗性，直接为集团和企业的经营战略和竞争决策服务。因而，它可以为科技信息工作如何更好地为企业发展和市场竞争服务提供突破口和方法论，也为我国情报界与国际接轨、迈向现代咨询业提供了接口和机遇。

我国情报界敏锐地抓住了 80 年代出现的国际情报研究工作这一新发展，并于 1994 年 1 月成立了中国科技情报学会情报研究暨竞争情报委员会和北京科技情报学会竞争情报研究会。相继，上海科技情报学会和中国兵工学会情报分会也成立了相应的专业组织。同年 9 月，又在北京召开了“全国竞争情报与企业发展研讨会”，国家计委、国家科委、国防科工委、北京市有关领导以及信息界和企业界的专家和学者 80 多人出席了会议。会议纪要认为，竞争情报是发展社会主义市场经济的重要举措、增强企业竞争力的现实选择、企业情报研究方法的新基点和信息机构求发展的重要契机。会后出版了约 30 万字的《全国竞争情报与企业发展研讨会会议录》。1995 年 4 月，经中国科协批准、民政部登记，又成立了包括科技信息、经济信息、商贸信息、工程咨询等研究机构、大型企业和高等院校在内的中国科技情报学会竞争情报分会。这些都表明，一个崭新的竞争情报工程已在中国起动，我国情报研究和信息咨询工作进入了一个新的发展阶段，更直接、更有效地为经济建设、企业发展和市场竞争服务。

本书共分导论篇、方法篇、案例篇和附录篇四大部分，它从现代的竞争理论和市场竞争的大视野出发，既吸收了国外竞争情报研究的最新成果，又结合我国竞争情报的实践经验，并环绕着企业的经营活动这一主线，系统地论述了竞争情报的基本内容、主要方法和发展动向，提供了竞争分析和策略制定的15个操作案例，介绍了国际常用的21种竞争分析方法和评价国家竞争力的指标体系，是一本不可多得的竞争情报学术专著和培训教材。

上海科技情报研究所是我国最早从事竞争情报理论研究和实践活动的机构之一。像缪其浩先生这样一批中青年竞争情报研究工作者在这方面做出了有益的探索，他们的研究成果在本书中也得到了充分的反映。缪其浩主编现为上海科技情报研究所副所长、中国科技情报学会竞争情报分会副理事长，并且在国际上也是竞争情报专业人员协会(SCIP)会员、全球工商情报联盟(GBIA)创始会员、《竞争情报评论》国际编委、日本工商竞争情报专门家协会名誉顾问。由于他们的积极参与，使本书具有良好的学术性、新颖性和实用性，代表了当前我国在竞争情报研究领域的领先水平。我有幸与北京科技情报学会常务理事许国英秘书长和军事医学科学院情报研究所陈桂荣副所长共同作为本书的总审感到高兴。

本书的编著出版还得到了北京科技情报学会的鼎力支持和邹祖焯理事长的热情鼓励，以及中国科技情报学会、中国兵工学会情报分会、北京华门策略顾问有限责

任公司的领导和竞争情报分会同行们的积极相助和推动，才使本书得以顺利问世。在此，我作为中国科技情报学会竞争情报分会和北京科技情报学会竞争情报研究会的负责人表示由衷的感谢。同时也感谢参与本书编务工作的上海科技情报研究所杨仪光、陈樱、郭敏、陈忠等同志的辛勤劳动。因为本书的联合出版，像1994年联合召开的“全国竞争情报与企业发展研讨会”一样，都将对拓宽情报研究的服务领域、实现科技和经济的有机结合、促进竞争情报在我国的发展、推动情报研究工作的产业化和国际化，做出重要的贡献。

中国科技情报学会竞争情报分会理事长
北京科技情报学会竞争情报研究会主任

包昌火

目 录

导 论 篇

第 1 章 竞争和竞争力	(1)
1 竞争概述	(1)
1.1 竞争的概念和性质	(1)
1.2 竞争的形式和类型	(3)
1.3 西方竞争理论的发展	(6)
2 企业竞争和企业竞争力	(9)
2.1 企业竞争的含义	(9)
2.2 企业竞争力的标志	(11)
3 国际竞争和国际竞争力	(13)
3.1 当代国际竞争的特点	(13)
3.2 国际竞争力的概念和测度	(17)
第 2 章 竞争战略	(22)
1 竞争战略概述	(22)
1.1 竞争战略的含义和特点	(22)
1.2 竞争战略的基本模式	(24)
2 企业竞争战略	(27)
2.1 企业总体竞争战略	(27)
2.2 企业具体竞争战略	(29)
3 行业演变中的竞争战略	(32)
3.1 行业竞争结构	(32)
3.2 行业演变过程	(34)
3.3 行业演变战略	(36)
4 发展中国家的经济竞争战略	(38)

4.1	初级产品出口竞争战略	(38)
4.2	进口替代竞争战略	(39)
4.3	出口导向竞争战略	(40)
4.4	国际竞争力导向型战略	(42)
5	竞争情报与竞争战略之间的关系	(43)
5.1	竞争分析	(44)
5.2	规划目标	(44)
5.3	拟定和选择方案	(44)
5.4	实施战略	(44)
5.5	控制和检测	(44)
5.6	战略调整与修订	(44)
第3章	情报和竞争情报	(46)
1	“情报”概念的讨论	(46)
1.1	西文中的 intelligence 和 information	(46)
1.2	汉字“情报”的起源	(49)
1.3	我国“情报”概念的发展	(51)
2	竞争情报的定义	(54)
2.1	竞争情报定义种种	(54)
2.2	竞争情报定义的归纳	(57)
2.3	竞争情报名称的争议	(58)
3	竞争情报的内容	(59)
3.1	竞争情报的基本范围	(60)
3.2	竞争情报的主要步骤	(61)
3.3	竞争情报的核心内容	(63)
3.4	竞争情报的主要产品	(66)
第4章	商业秘密、工业间谍和不正当竞争情报活动	(68)
1	商业秘密的定义和法律保护	(68)
1.1	国外关于商业秘密的定义	(68)

1.2	我国法律中涉及的商业秘密	(70)
2	推进正当的竞争情报活动	(71)
2.1	工业间谍	(71)
2.2	依法区分工业间谍行为和正当竞争情报活动	(74)
2.3	竞争情报专业机构的职业道德规范	(77)
3	保护企业的商业秘密	(79)
3.1	商业秘密是怎样泄露出来的	(80)
3.2	保护商业秘密的法律途径	(81)
3.3	提高职工保护商业秘密的意识	(82)
3.4	制定保护商业秘密的管理制度	(84)
3.5	强化保护商业秘密的技术措施	(85)
第 5 章	国内外竞争情报发展动向	(88)
1	竞争情报专业化活动的诞生	(88)
1.1	需求牵引——全球经济技术竞争加剧	(88)
1.2	技术推动——情报工作本身的发展	(90)
1.3	理论基础——对情报和竞争研究的深化	(92)
2	全球竞争情报活动概览	(94)
2.1	全球企业竞争情报现状普查	(94)
2.2	竞争情报专业人员协会	(97)
2.3	竞争情报的培训和教育	(99)
2.4	竞争情报出版物	(103)
3	一些国家和地区的竞争情报活动	(107)
3.1	日本	(108)
3.2	瑞典	(108)
3.3	澳大利亚	(109)
3.4	欧洲	(110)
4	竞争情报和中国	(111)
4.1	竞争情报概念进入中国的过程	(111)

4.2	在我国开展竞争情报研究和应用的意义·····	(114)
-----	------------------------	-------

方 法 篇

第6章	竞争情报来源和收集 ·····	(117)
1	竞争情报的信息源及与特定情报细目的关系·····	(117)
1.1	常用竞争情报的信息源·····	(117)
1.2	信息源与竞争情报细目·····	(118)
2	公开发表的信息及其收集·····	(120)
2.1	公开信息源和利用情况·····	(120)
2.2	对两种主要信息源的评价·····	(120)
2.3	数据库和剪报服务的选择·····	(123)
3	非公开发表的信息及其收集·····	(124)
3.1	非公开信息源·····	(124)
3.2	企业内部的信息源·····	(125)
3.3	内部信息源的开发利用·····	(126)
3.4	通过职工收集外部信息·····	(130)
3.5	外部信息源的开发利用·····	(133)
第7章	企业竞争情报系统的建立和运作 ·····	(140)
1	竞争情报系统概述·····	(140)
1.1	一个正式竞争情报系统的优点·····	(140)
1.2	企业竞争情报工作的目标·····	(141)
1.3	企业竞争情报工作的性质·····	(141)
1.4	企业竞争情报工作的流程·····	(142)
1.5	企业竞争情报系统的设计·····	(142)
2	企业竞争情报系统的建立·····	(144)
2.1	总的行动方针·····	(144)
2.2	情报审计·····	(147)
2.3	系统开发·····	(153)

2.4	信息的收集、整理和存储	(154)
3	企业竞争情报系统的运作	(158)
3.1	信息的分析	(158)
3.2	报告及传播	(161)
第 8 章	信息技术在竞争情报中的应用	(165)
1	信息技术在竞争情报中的应用范围	(166)
1.1	竞争情报的电子信息源	(166)
1.2	自动化的信息收集和流通系统	(172)
1.3	竞争情报分析软件	(174)
2	互联网络及其在竞争情报中的作用	(177)
2.1	互联网络简介	(178)
2.2	互联网络中与竞争情报有关的功能和特性	(180)
2.3	国外竞争情报人员利用互联网络的现状和 评价	(182)
2.4	互联网络在中国的应用及其问题	(183)
3	信息技术在我国竞争情报工作中应用的现 状、问题和对策	(184)
3.1	我国联机和光盘数据库及其应用状况	(184)
3.2	我国竞争情报工作运用信息技术中的问题 和对策	(187)
第 9 章	竞争情报中的专利情报分析	(191)
1	专利信息及专利情报分析	(191)
1.1	专利信息简介	(191)
1.2	专利信息特点	(192)
1.3	专利情报分析	(195)
2	专利情报分析的工作模式和主要步骤	(199)
2.1	专利情报分析的工作模式	(199)
2.2	课题确定和信息收集	(200)

2.3	专利信息的整理加工	(205)
2.4	指标的设定和分析方法	(208)
3	专利情报分析在竞争情报中的应用	(213)
3.1	专利情报分析在竞争地位分析中的应用	(213)
3.2	专利情报分析在竞争对手分析中的应用	(216)
3.3	专利情报分析在竞争策略分析中的应用	(220)
第 10 章	定标比超	(224)
1	定标比超的基本概念	(224)
1.1	定标比超的由来	(224)
1.2	定标比超的含义	(226)
1.3	定标比超的种类	(227)
1.4	定标比超的主要方面	(228)
2	定标比超的主要步骤	(229)
2.1	确定内容	(229)
2.2	选择目标	(230)
2.3	收集分析数据	(230)
2.4	确定行动计划	(231)
2.5	实施计划并跟踪结果	(231)
3	定标比超的应用	(233)
3.1	电力行业	(233)
3.2	化学工业	(334)
3.3	航空运输业	(334)
4	定标比超中一些需要注意的问题	(235)
5	定标比超和 SWOT 分析	(236)
5.1	分析环境因素	(236)
5.2	构造 SWOT 矩阵	(237)
5.3	制定行动计划	(238)
6	定标比超在中国	(238)

第 11 章 竞争对手财务信息的收集和分析	(241)
1 竞争对手财务数据的收集	(241)
1.1 上市公司财务数据的收集	(242)
1.2 非上市公司财务数据的收集	(244)
1.3 在中国如何收集企业的财务信息	(248)
2 竞争对手财务数据的分析	(251)
2.1 流动性比例	(252)
2.2 周转率比例	(253)
2.3 盈利能力比例	(254)
3 财务分析的困难和局限性	(256)
3.1 财务信息的局限性	(256)
3.2 财务信息收集和分析的困难	(258)
4 分析竞争对手财务状况的其它方法	(261)
4.1 推测竞争对手的损益表	(261)
4.2 推测竞争对手的盈亏平衡点	(263)

案 例 篇

案例 1 日本企业的国际竞争战略	(265)
案例 2 企业竞争情报的应用研究	(270)
案例 3 美国一家金融服务公司的竞争情报系统	(274)
案例 4 台湾与韩国显示器竞争战略比较分析	(278)
案例 5 竞争分析方法的选用	(282)
案例 6 日本花王公司的计算机网络化情报系统	(284)
案例 7 利用电子邮件传送情报	(288)
案例 8 为竞争情报服务的互联网络审计	(292)
案例 9 专利分析作为竞争情报研究工具:	
微波炉行业实例	(296)
案例 10 对日本电扇工业的专利情报分析	(304)
案例 11 用定标比超寻求解决公司销售滑坡的途径	(309)