

第一章 竞争情报研究的问世与发展

竞争情报研究是情报学的一个新的研究分支，近几年的快速发展特别引人注目。这种带有竞争性质的情报活动，可以追溯到2000年以前，人类在进入社会竞争伊始，便产生了朴素的竞争意识和竞争情报思想。但竞争情报真正作为一种有理论、有职业化特征的系统研究，则是到20世纪80年代初才由西方学者开始重视起来，并加以付诸实践。随着现代社会竞争和经济竞争的日趋加剧，竞争情报理论和研究技术已经成为当今许多国家学者专家十分重视的研究主题。

第一节 古代竞争情报思想的萌芽

从历史发展沿革来看，凡是体现国家或集团之间竞赛行动的军事抗争和政治抗争，都离不开对抗争形势的掌握和了解。竞争是竞争情报存在的前提。古代朴素的情报意识正是伴随军事的抗争而产生的，并由此促进了竞争情报研究行为的萌发。可以说，古代竞争情报研究是发轫于我国的《孙子》兵法（成书于公元前551 - 公元前479年）。当今美日等发达国家的学术界，之所以会纷纷将《孙子》兵法作为他们指导经济竞争的必读物，原因之一就在于它将谋略与竞争情报有机地结合起来，对竞争情报研究的核心内容“竞争”作出了深刻的论述。因此，现在国外的许多竞争情报专著，几乎都把《孙子》兵法视之为现代竞争情报理论和实践的基础。

《孙子》兵法开宗明义地写道：“兵者 国之大事 死生之地 存亡之道 不可不察也。”又说“要”经之以五 校之以计 而索其情：一

曰道，二曰天，三曰地，四曰将，五曰法。”孙武在这里指出的“道、天、地、将、法”五个要素，旨在论述古代军事抗争制胜的五大因素。在情报与谋略已经突破军事和政治的范畴，跨入经济、科学、社会、生活等领域的今天，这五个制胜因素实际就是事关战胜竞争对手所应掌握的有关情报信息。所谓“凡此五者，将莫不闻，知之者胜，不知者不胜。”足以表明孙武已经将这“五法”看作是克敌制胜的根本。特别是，《孙子》根据具体条件的不同，不仅明示了情报在竞争中的重要作用，而且论述了情报的获取与分析研究。从这个意义上讲，孙武可以说是古代竞争情报研究的先驱。

一、《孙子》的竞争情报思维观

通观《孙子》全书，对于情报作用的阐述是比较精辟、丰富的，几乎每篇都对情报问题有所述及，表明孙武已充分认识到情报与军事抗争胜负的密切关系。可以这样说，我们今天的竞争情报研究，实际上就是这种古代竞争情报思想发展的必然产物。

1. 揭示了竞争环境情报的重要意义

在孙武看来，凡是进行战争必须掌握的有关情况和信息，都属于情报之列。他为要争取战事的胜利，提出了“知彼知己，胜乃不殆；知天知地，胜乃不穷。”（《地形》篇）意即只有既知抗对手和自己的情况，又知气候、季节、地形、地势等有关环境，对主、客观两方面的实际情况有正确的认识，才有可能“百战不殆”，取得军事抗争的胜利。这里，孙武把“知彼知己”、“知天知地”看作是正确指导军事抗争的先决条件，使人们明了到只有在判明了彼己双方情况和天时、地利的环境之后，方可定下打与不打的决心，制定出正确的作战方针。如果只是明于知己、暗于知彼，或明于知彼、暗于知己，甚至一无所知，带着盲目性去指挥战事，那就必然要吃败仗。为此，孙武又详述了知彼知己与战事胜负的关系，指出：“知吾卒之可以击，而不知敌之不可击，胜之半也；知敌之可击，而不知吾卒之不可以击，胜之半也；知敌之可击，知吾卒之可以击，而不知地形之不

可以击 胜之半也。”(《地形》篇)这就强调了各种有关情况对于军事抗争的重要性 从而总结出了“ 知彼知己 百战不殆 不知彼而知己 ,一胜一负 不知彼 不知己 每战必殆 ”的至理名言。并主张搜集对手情报不能吝惜“ 爵禄百金 ”,认为舍不得花钱了解对手情况者是“ 非人之将 ”、“ 非主之佐 ”、“ 非胜之主”(《用间》篇)

在今天看来,孙武的这些情报观点同样适用于经济管理领域。这不仅因为他已经看到了战争与经济的联系,更重要的是由于经济与军事本来就都是政治力量的一部分。正如恩格斯在《反杜林论》中指出的:“暴力还是由经济情况来决定 经济情况供给暴力以配备和保持暴力工具的手段。”在任何时候 任何地方 没有经济的条件和资源;暴力就不成其为暴力”。为此 尽管孙子兵法中的情报观念属于军事情报范畴,但其原理同样能用于经济情报工作。所谓“ 知彼知己”、“ 知天知地”,实际上就是现代情报理论中的单位内外部情报信息和社会环境情报信息的搜集、处理、分析工作。具体来说,这就是:

- (1)了解本单位产品销售的历史状况、现有产品库存量、货源量、人力、物力、财力和所处环境等;
- (2)掌握同行业的销售、库存和经营特点;
- (3)熟悉商品的性能、质量、生产和货源渠道等;
- (4)知晓消费者的心理和购买力投向等;
- (5)了解政治经济形势、国家方针政策、法律及其对市场的影响。

这就不难看出,孙子兵法不仅为我们揭示了管理者对彼己情况的了解与管理成败之间的关系,而且指明了只要充分掌握企业的有关信息,就易找出管理工作的规律,确保自身在市场竞争中占据优势。如果说孙武把了解敌情提到了“ 三军之所恃而动也”(《用间》篇)的地位,视其为决定整个军队行动的一个重要依据,那么,情报信息在现在条件下的经济、生产、科研管理中,更应占有重要

的位置。《孙子》中的“先胜而后求战”、“立于不败之地”(《形》篇),同样可用作我们开展经济情报工作和管理情报工作的行动准则。

2. 阐述了竞争情报是预测的前提和决策的依据

孙武指出:“明君贤将所以动而胜人 成功出于众者 先知也。”(《用间》篇)意指情报提供先知 而先知利于成功。只有在“先知”的前提下,制定切实可行的方案,才是最高明的军事策略。因此,必须充分掌握双方的力量及其有关情况,认真进行分析研究。决策者的任务就是接受充分必要的信息情报。在孙武看来,凡事“多算胜 少算不胜”(《计》篇)只有预先对有关情况作一番比较 分析 主客观条件的优劣长短,才能制定正确的谋略和计策,进而夺取胜利。他为此所提出的“五事”(即前述五个要素)正是用以分析、比较抗争双方优劣条件的准绳,类似于今天的决策管理者对情报咨询提出的具体要求。正因为决策行动总伴有情报信息的搜集和分析,孙武就进一步要求能全面观察问题,根据有利情况采取相应的行动,并随着情况的变化决策采取何种对策。只有在了解全部情况和细节信息的基础上,才能提出有价值的指导方针和行动方案,做到随机应变,应变制胜。同样,对于今天的竞争决策者来说,也应通过对各种有关信息情报的分析、筹划,灵活应变地造成一种有利于采取相应行动的态势,以辅助经营管理的顺利进行。可见,最早运用情报信息进行管理,应当说是从孙武开始的。随着现代社会中同行业间竞争的加剧 孙武的“知彼知己”和“知天知地”不仅日趋成为经营管理中不可忽视的一个重要方面,而且也是现代竞争情报研究的重要环节。所谓第三次产业革命,正是通过情报信息实现“先知”的革命,人类由此而掌握改造世界的主动权和制胜权。我们应接过孙子兵法中构建在“知”的基础上的情报观点,做到凡事不仅要分析比较各种有关情况,包括竞争对手完整的先进技术信息资料,还要掌握大量的历史信息 and 关于未来的情报信息。

二、《孙子》的竞争情报方法论

孙武在分析、判断军事抗争胜负的可能性时，十分注意对客观条件的依赖关系，从而提出了预先了解敌情是促使战事取胜的重要条件，总结出不少在当时就行之有效的**情报搜集方法**。

1. 利用各种间谍获取对方真实情况

孙武不仅提出了整个军队应依靠间谍提供的情报采取行动，而且认为要通过各种间谍广开情报信息来源。“微乎微乎，无所不用其间”(《用间》篇)就是要求多层次、多方位、多渠道、多来源地收集情报信息资源。他把间谍分成五类：一是因间，即利用敌方的基层人员收集基层信息；二是内间，指利用敌方上层人员收集上层信息；三是反间，利用敌方派出的谍报人员了解其机要信息；四是死间，利用自己的情报人员故意散布假情报；五是生间，即放回敌方的谍报人员报告我方的假象。并指出只要把这“五间”都充分使用起来，就能使敌方摸不到规律而造成决策的失误，成为克敌制胜的重要法宝。由于间谍提供的确实情报可用以决定全局的成败利钝，因而他认为应对情报提供者给予高酬与礼遇，指出没有比他们更亲信的，奖赏没有比他们更优厚的，事情没有比用间更机密的(“故三军之事 莫亲于间 赏莫重于间 事莫密于间”《用间》篇)，可以说用兵打仗几乎无处不用间谍这是十分“微妙”的。孙武讲这种“微妙”认为欲击之军 欲攻之城 欲杀之人 都必须先让我方情报人员将敌情侦察清楚，包括守将直至看门人的姓名等。接着孙武又仔细研究了“五间”之间的关系 突出了“反间”的重要地位。他举了夏朝的伊尹被商所用和殷商的吕牙被周所用的例子，说明“反间”的作用。这种利用“反间”提供情报的方法 对后来的战争发生过很大影响。例如，楚汉相争的关键时刻，刘邦(公元前 256年 ~ 公元前 195年)在物质条件相当困难的情况下，仍然拿出了四万斤黄金派陈平(? - 公元前 178年)到楚军中进行反间活动，挑拨楚国大将钟离昧、亚父范增(公元前 277年 ~ 公元前 204

年与项羽公元前232年~公元前202年的关系致使范增忿而离去，途中病死，从而使项羽失去争雄中的一个重要智囊人物。

今天，在市场竞争日趋激烈的情况下，一个企业要想在“经济之战”的竞争中力挫群雄，独占鳌头，也应有选择地运用上述情报搜集方法，以能立于不败之地。正因如此，国外经济界已有不少企业不择手段，千方百计地刺探竞争对手情况。其中有不少情报搜集方法，可以追根溯源到孙子兵法。例如，孙武说过因其乡人和官人而用之（即因间和内间），国外企业则非常注意从对手的雇员或曾为对手工作过的人那里获取有价值的情报信息。有的公司招工时代，派遣受过专门训练的技术人员到大学去进行挑选，特别注意有无曾为对手工作过的人。有一些公司还会挖走对手的主要管理人员，以能从他们身上了解到所需机密情况。在有些行业中，竞争双方往往会雇用同一批专家来进行设计，企图利用他们摸清对方正在研制哪些产品。所有这些，实际上就是孙武的用间方法在经济竞争这种新形势下的应用和发展。

2. 直接观察了解和分析判断对方情况

孙武把这种方法叫做“相敌”提出从进军开始就应注意观察各种征候，特别是同敌方接触时更要注意观察分析。例如，可从直观看到的事物、听到的声音和摸到的情况中，把握住真正的敌情，或者根据各种征候对敌情作出正确的判断。对此，孙武总结出了32种方法如：“敌近而静者，恃其险也；远而挑战者，欲人之进也”、“辞卑而益备者，进也；辞强而进驱者，退也”、“无约而请和者，谋也”（《行军》篇）告诫人们不仅要根据已经暴露出来的征兆来判断，还应主动去刺探情况，既注意从敌方的行动中区别真象和假象，不被假象所迷惑，又要从现象深处发现敌方的真实意图。尽管这种敌情判断方法古老而简单，但在信息情报设施不发达的春秋时期是很适用的，给当时的军事指挥员指明了获取敌方真实情况的方法。例如孙武在《军争》篇中所说的“不知山林、险阻、沮泽之

形者，不能行军；不用乡导者，不能得地利。”就对人们在进军、接敌、对峙、交战等过程中，需了解地理条件和有关环境指明了要领。

如今，孙武提出的部分方法已随着现代企业竞争的发展得到了进一步延伸，并被企业用来获取经济信息情报。下列几种手段就是例证：一是采用直接观察分析方法，如：测量通往对方工厂铁轨上的铁锈，计点运货车辆的数目；派人化名到对手那里参观，详细了解其生产工序和产量；购买对方产品，分析研究其生产成本与方法；带着问题到市场上观察，搜集第一手信息资料。二是从与对手做生意的人那里获取信息，如：从买主那里了解对方的销售情况；有意让自己的客户要求对手提供技术咨询或零配件，以获得技术情报；通过了解对手的供应厂商的生产能力和生产计划，预测对手的现有产量及打算研制何种新产品。三是采用多种调查方式搜集信息，主要有①投书法：给有关部门和内行人员发函，请他们帮助搜集有关信息；②询问法：向消费者和经销商询问所需产品的品种、规格、价格等行情；③预测法：根据市场供求规律，预测今后的市场发展趋势；④购买法：向信息咨询服务机构有偿索取所需信息；⑤采集法：配备专、兼职信息员，及时捕捉有用信息。

三、《孙子》的竞争情报研究法

从《孙子》兵法十三篇的字里行间可以看出，如果不重视情报信息处理、分析，孙武就不可能提出一系列军事科学和管理科学的规律。例如他在《九变》《地形》《九地》等文中就对地形作了很深刻的分析研究，既着眼于全面了解有关地形的情况，又区别了九种不同地区的特点，做到了“知天知地”。又如，《火攻》篇在介绍了五种火攻方法之后，又论述了利用火攻应掌握的天时条件。这些都是重视研究自然环境信息的表现。正因为孙武如此重视分析研究各种敌情和有关情况，他才总结出“乱而取之”、“佚而劳之”、“强而避之”（《计》篇）等多种调动敌人的办法。他认为，只有把了解到的各种情况加以认真分析，并力求不同情况不同对待，才能把握事物

发展演变和相互转化的条件，从而作出正确的判断。例如，“主孰有道（政治统治的人心背向）将孰有能（人才使用资秉智慧）天地孰得（存在及活动的时空条件是否有利）？法令孰行（制度法规实施状况）兵众孰强（战斗力或劳动力资源）士卒孰练（兵员或劳动者的技术水准）赏罚孰明（军法或经济法规执行情况）？”这七个方面的情况（《计》篇）从现代经济管理的角度来看，就是保证工作顺利开展所必需的情报信息，包括方针政策、天时地利、人才和组织机构等内容。因此，这也是决策事情成败的基础。从这个意义上说，《计》篇所述的计谋、筹划等内容，已经包含了现代科学管理中的情报分析研究思想。所谓“十则围之，五则攻之，……”（《谋攻》篇）就是根据双方情况的比较分析所提出的不同作战方法；“实而备之”、“怒而挠之”、“亲而离之”（《计》篇）则是根据敌情的变化而采取的不同措施；还有“高陵勿向，背丘勿逆”（《军争》篇）等，指的是应根据不同地形采取不同的行动方针。由此，孙武得出了一个今天看来仍为有效的结论：“能因敌变化而取胜者，谓之神。”（《虚实》篇）

于是，孙武又在《行军》篇中具体介绍了几种分析研究方法，指出要从“敌近而静”、“远而挑战”中分析敌方的作战意图；从远处看到的树动、鸟起、兽骇、尘土高低中分析敌人的行踪；从在近处看到的敌人轻车奔走的快慢迟疑中分析敌人的行动计划；从敌人的“杖而立”、“汲而先饮”中分析出敌人的供应情况；……。这些都说明孙武已经从实际经验中，掌握了透过现象分析事物本质的情报研究方法。他所提出的“避实而击虚”（《虚实》篇）意指从了解和分析双方的情况入手，找出对方的虚实所在，避开对手的坚实之处而攻其薄弱环节，这同样适用于现代的经济竞争，有助于企业在市场上有立足之地。“因敌而制胜”（《虚实》篇）就是要随时随地地了解变化不定的双方情况，抓住有利时机，及时调整策略，灵活变换自己的做法。我们今天的经济管理和企业竞争，也应善于根据形势

和所掌握的情报信息去随机应变，采取不同的行动方针，做到勤观察、勤调查、勤分析，掌握客户和市场在不同时间、条件下的需求心理状态，力求使产品适销对路。

综上所述，《孙子》的情报研究思想是全面而科学的，即便当代的竞争情报研究，也未能完全超越它的基本原理。正因如此，《孙子》兵法在现代各项竞争中依然扮演着十分重要的角色，其理论以超时空的价值被当代人所珍视。例如在经济上，日本财团法人偕行社副会长兼东洋精密工业株式会社顾问大桥武夫所著《兵法经营全书》把孙武的情报研究原理运用于企业竞争，日本的本田、日产、丰田等一些大企业，都以《孙子》兵法作为培训管理干部的教材。我们更应深入研究孙武的情报研究思想，以便建立起具有我国特色的竞争情报学科体系。

第二节 现代竞争情报研究的进展

历史发展到 20 世纪 50 年代，美国威斯康星大学的霍华德·怀斯汀博士，为要增强通用电气公司产品在市场上的竞争力，率先建立了一个分析市场竞争对手和竞争战略决策的信息研究机构，开始了早期的竞争情报研究活动。时至 1959 年，据美国哈佛商学院的调查表明，在 100 家被调查企业中已有 15% 从事竞争情报研究工作，并取得良好的效果。但直到 80 年代，竞争情报研究才真正发展成为一种专门的职业，正式标志是美国于 1986 年成立的竞争情报专业人员协会（Society of Competitive Intelligence Professionals, SCIP），表明竞争情报研究学科体系开始逐步形成。

一、竞争情报研究的诞生背景

竞争情报研究作为一种有理论、有职业化特征的情报研究活动，或者说作为情报研究工作的新发展，它不是偶然产生的，而是全球经济技术竞争加剧和社会信息化高度发展的产物。它的诞生

主要来自以下几方面的原因：

1. 国际经济竞争的日趋加剧

自从以美国和前苏联为首的东西两大军事集团对峙局面的消失，宣告冷战时代结束之后，和平与发展已经成为各国面临的两大主题，情报工作竞争的热点也从政治、军事延伸到经济和科技等领域，信息情报成了增强当今经济、科技竞争力的重要战略资源。越来越多的企业都深感很有必要安排专人或组建专门机构去跟踪对手的动向。一些跨国企业集团也要求有一种以竞争为核心的新型情报工作，以能确保自身的竞争优势。为此，适时开展竞争情报研究，有效增强竞争实力，就成了世界各国情报界、经济界的重要战略选择。

2. 情报工作的长足发展

80年代以来，现代信息技术和信息网络的快速发展和广泛应用，以及大量的情报分析软件日趋成熟，不仅加快了信息情报资源的开发利用和传递速度，而且对情报分析研究提出了更高的要求，这就为竞争情报研究的兴起创造了良好的环境和基础条件。例如，与竞争情报研究直接相关的情报分析软件，据说国外已有几十种开始商业化。其中有名的 **Derwent** 公司的专利分析软件 **PAT-STAT**，就可用以监视竞争对手的技术动向。因特网的出现和广泛应用，使人们能在网络上便捷地交换信息和调用国际间的各种信息资源，从而成为竞争情报研究的重要素材。

同时，世界各国的政治军事情报机构和人员在冷战结束之后，已有很大一部分转移到了经济技术情报领域，给传统的情报研究工作注入了新的活力。他们对情报工作的认识不同于一般的文献情报背景或信息处理专业的情报人员，比较容易接受竞争情报的概念和思路，从而也加速了竞争情报研究学科的形成和实践的发展。例如日本 1985 年出版的竞争情报专著《情报分析生产论》占据大部分篇幅的应用部分，就是由一位前军事情报人员撰写的。

3. 竞争理论研究的不断深化

随着经济的全球化和复杂化，现代经济生活越发充满竞争。人们在经济学教科书中常常会看到“完全竞争”这个字眼，对竞争的研究总是不断在深化。特别是 80 年代以来对竞争理论研究最有影响的哈佛大学经济学教授迈克尔·波特（M. E. Porter）在 11 年间连续推出了《竞争战略》（1980）、《竞争优势》（1985）和《各国的竞争优势》（1990）等三部竞争研究著作，并提出过竞争信息系统，介绍了一些竞争分析方法。令人欣喜的是，我国近年来也产生了一些有关竞争研究的专著，比如青年学者彭绍仲的《企业竞争论》（1998）就以大量国内外实证案例为依托，创造性地构架了一套全新的竞争理论与方法。由此可见，目前的竞争理论研究已趋于成熟，形成了较为完整的理论体系和学派，已经为竞争情报研究的发展奠定了一定的理论基础。

二、竞争情报研究的进展概貌

如前所述，竞争情报研究是在经济的全球化和竞争的加剧，情报工作发生了深刻的变化，以及学术界在对竞争规律研究取得一定突破的条件下，才应运而生并迅速发展起来的。目前，国外已经有了竞争情报研究产业的雏形，国内的竞争情报研究活动也出现了令人鼓舞的发展势头。

1. 国外研究动向

由于国际市场的竞争越来越激烈，发达国家高新技术的广泛应用又加快了产品发展和设备升级换代的速度，从而就促进了国外的竞争情报研究活动要比我国早起步好多年。目前，在工业发达和技术先进的国家里，已有越来越多的企业和国家行政机关都争相开展竞争情报研究，并且在规模、技术、技能上均有了长足的进步。调查统计表明，美国和西欧一些国家的企业，已有 70% 以上进行程度不同的竞争情报研究。从事竞争情报研究的人数也在急剧上升，极大地推动竞争情报业有效地向前发展。在美国，竞

争情报专业人员协会每年都要召开一次年会，对竞争情报所涉及的领域、竞争情报活动案例、竞争情报手段应用、竞争地位的评价技术等内容进行广泛的探讨。1998年召开的第13届年会，2000多名与会者围绕竞争情报分析工具和技术、经营开发和营销管理中的竞争情报、竞争情报研究技术等主题发表了大量论文，交流活动十分活跃。

正是由于竞争情报专业人员协会积极而有效的学术组织活动，竞争情报研究便很快走向世界。西欧一些国家和日本、澳大利亚等国相继于1990年、1992年、1993年均成立了各自的竞争情报专业人员协会，竞争情报研究活动也显得颇有特色。概括起来，主要有以下4个特点。

一是这些国家都比较重视工商竞争情报工作，积极面向国外的公司、企业开展竞争情报调查和诊断研究，并形成了不少独到的见解和经验。比如，美国、欧洲的企业、公司一般均设有负责竞争分析、竞争情报研究的经理；日本在比较重视竞争对手情报调查的同时，特别注意对竞争者的技术动向进行长期跟踪，并把了解竞争对手公司负责人的背景、性格、发迹史等，当作竞争情报研究的重要内容。

二是不断强化企业发展战略的竞争情报研究，提倡用战略信息工具去赢得市场份额。例如，日本就非常关注世界形势的每一个变化，在危机未来之前未雨绸缪，根据变化的形势适时调整自己的发展战略，不断以新产品去占领国际市场。又如美国的黛安娜·博尔西卡(Diane Borska)，最近提出了应采用有效方法去识别重要的财务变化信息，以能知晓竞争对手的策略变化。

三是将竞争情报研究视为独立的工作领域，不断推动竞争情报走向职业化。瑞典的德迪约教授就为此作出了重要的贡献，他最早提出了竞争情报的“军转民”，主张吸收军方人员参与竞争情报研究，把军事中的“指挥、控制、通讯和情报”的原理方法和我国

的孙子兵法思想运用于竞争情报研究。

四是非常重视竞争情报研究人才的培养，努力扩大竞争情报研究队伍。比如瑞典隆德大学就专门开设了培养竞争情报研究博士的理论课程，澳大利亚的悉尼大学则开设了全球商业竞争情报课程和案例讲座，广泛培训竞争情报研究技术人才。

2. 国内研究现状

由于我国科技情报界 40 多年的情报研究实践，为竞争情报研究在我国的广泛兴起提供了实践和理论基础，因而从 80 年代中期起就出现了以上海科技情报研究所为代表的研究群体，开始涉足现代意义上的竞争情报研究。他们在先后邀请瑞典德迪约 (Dedijer S) 教授、法国 SCIP 副主席鲍马先生和日本 SCIP 会长中川十郎先生来国内讲学的同时，主办了一系列竞争情报研究学术专题研讨会和学习班，开始了竞争情报研究的有益探索，率先完成了“上海轿车工业竞争环境监视系统”这一竞争情报咨询研究项目。与此同时，国内有关刊物也发表了几位作者竞争情报研究方面的论文。从此，竞争情报研究便开始逐步引起广大情报工作人员的关注。先是出现了几个地方性竞争情报研究组织，接着于 1995 年 4 月成立了中国科技情报学会竞争情报分会，标志着我国的竞争情报研究已从过去松散的个别研究阶段转入规范化的群体研究和发展阶段。

4 年多来，在中国科技情报学会竞争情报分会的积极开拓下，我国的竞争情报研究活动取得了引人瞩目的成绩：

(1) 学术研究生机勃勃。自 1994 年以来，全国已经召开了 9 次规模不等的竞争情报研究学术研讨会，与会代表达 400 多人次，发表论文 400 多篇。这些研讨会主要是：1994 年北京香山的“全国竞争情报与企业发展研讨会”；1995 年峨眉山的“市场经济条件下情报研究工作发展对策研讨会”；1996 年宜昌的“竞争情报与现代咨询业学术研讨会”；1997 年富阳的“企业信息化与竞争情报咨询

服务学术研讨会”和张家界的“企业竞争情报应用研讨会”；1998年贵阳的“面向 21 世纪的中国情报研究学术研讨会”和“市场竞争与竞争策略学术研讨会”；1998 年北京的“企业竞争战略决策与竞争情报活动研讨会”；1998 年北京的“咨询服务与咨询市场研讨会”；1999 年黄山的“全国竞争情报技能和案例分析学术研讨会”。并编辑出版了《全国竞争情报与企业发展研讨会会议录》、《全国竞争情报与现代咨询业学术研讨会会议录》（《现代情报》1996 年增刊）《竞争情报与企业信息化》、《面向 21 世纪的中国情报研究和竞争情报》等论文集，及时地展示出我国近 10 年来竞争情报研究的轨迹。此外，在竞争情报分会的积极组织 and 浓烈学术氛围的驱动下近几年也先后出版了《企业竞争情报研究》（1995 年）《市场竞争和竞争情报》（1996 年）《竞争情报应用论》（1998 年）《情报制胜——如何搜集、分析和利用企业竞争情报》（2000 年）等四本竞争情报著作，开创了我国系统研究竞争情报之先河，对竞争情报的理论研究和开拓应用进行了有益的探索。这三本著作的问世，既是我国目前竞争情报研究活跃而兴旺的现实写照，也为在更大范围内宣传、推广竞争情报工作提供了我们自己的读物。

(2)普及培训活动稳步发展。开展普及培训活动作为推进我国竞争情报事业发展的一项重要工作，正日益受到广大企业家和管理人员的普遍欢迎。自 1995 年开始，竞争情报分会就经常组织专家、学者举办有关报告会，诸如：两次给北京市有关会议的代表作了“竞争情报在市场经济中应运而生”，给全国竞争情报应用研讨会作了“因特网和竞争情报工作以及国际竞争情报最新动向”、“内联网在企业中的应用”、“北京市竞争情报示范工程纲要和实践”等专题报告，给贵州省企事业管理人员和情报人员举办了“竞争情报与市场经济”和“竞争情报与咨询服务”两场大型学术报告会。并邀请美国匹兹堡大学管理学院普赖斯科特博士（Prescott JE）分别在北京、上海做了两场关于企业竞争战略决策与竞争情报

活动的主旨报告。他从竞争情报的基本框架、主要任务、系统设计、机构设置、人员培训、职业道德、信息采集和分析技能等方面展示了企业竞争情报活动的生动图像。尤其是对竞争情报机构如何调查企业的情报需求，满足企业领导的决策需要，开发竞争情报技能，提高竞争情报效益等内容进行了详细的论述，引起强烈反响。1997年，竞争情报分会又进一步与北京市科委工业处联合举办了增强企业竞争实力培训班，邀请了4名专家主讲了“竞争情报对企业经营和发展的作用”、“新型营销方式和增强企业市场竞争力”、“ISO 9000系列在增强企业竞争力中的作用”、“技术创新与企业发展”等内容，拓宽了企业参与市场竞争的思路和途径。

一些地方机构也纷纷举办报告会和研修班，如广西竞争情报学术研讨会邀请专家做了“竞争情报及在企业中的应用”的报告，南京理工大学和《情报理论与实践》杂志社联合举办的企业竞争与专利情报研修班，专门介绍了网上专利情报搜索、企业竞争情报研究与因特网等内容。

(3) 竞争情报咨询开始运作。在传统的情报服务朝着现代咨询业方向转变、发展的过程中，竞争情报咨询必将占有重要的地位。近几年来，随着我国竞争情报研究的快速发展，竞争情报咨询也在逐步成为我国情报机构和咨询部门的一项重要工作。为了推进竞争情报咨询在我国的发展，中国科技大学信息管理与决策科学系在国家自然科学基金会的资助下，1994年率先开展了“竞争情报对企业决策支持机制的研究”，为北京某厂提供了有效的咨询服务。竞争情报分会则与西藏金珠集团合作，组建了我国首家以竞争分析为主要业务方向的咨询实体，即北京华门策略顾问有限公司，旨在面向企业开展竞争分析、项目咨询、技术跟踪、市场调查和形象设计等信息咨询业务。此外，竞争情报分会还与北京科技情报学会、北京市科委工业处合作，完成了两项企业竞争情报示范工程：一是北京市大华陶瓷厂市场竞争战略研究，主要是为该厂

供竞争战略、竞争情报系统建设和产品市场策略等咨询；另一是北京开关厂如何建立竞争情报系统及其在产品发展中的应用。同时又正在开展获得国家自然科学基金会资助的“企业竞争情报系统的模式和运行机制研究”项目，打算通过运用现代竞争理论和系统工程方法，提出竞争情报系统的理论模型，确立系统的设计、实施、评价原则及程序、方法，分析其在企业战略决策中的运行机制。所申请的“竞争情报与企业竞争力”这一研究课题，也获得北京市科委软科学处的批准，旨在以提高和评价企业竞争力为主要内容，为竞争情报咨询业提供理论与方法的指导。

其他不少单位也正在开展多种竞争情报咨询实践，如南京理工大学开展的德温特专利统计分析和市场占有率调查，兰州大学所作的中国企业利用外资的竞争策略研究，天津市科技信息研究所的关于发展天津竞争情报咨询业的思考等，表明我国的竞争情报咨询工作已经有了良好的开端，发展势头喜人。

三、我国竞争情报研究的发展问题

在我国，一场以增强竞争实力为目的，以市场竞争为内容，以竞争对手为核心的竞争情报研究活动，正在由舆论普及向实际工作方面发展。人们不仅在竞争情报咨询方面做了不少有益的探索，而且在学科体系的研究上不断向深度和广度进军。但我国的竞争情报研究毕竟起步较晚，社会对竞争情报的认识和需求还远未达到充分的地步，竞争情报研究人才的数量和能力与竞争情报研究的广泛开展之间，也存在不小的差距，需要先重点研究以下几个主要问题。

1. 着力加强竞争情报咨询工作

随着社会信息化和经济全球化的日趋发展，信息情报咨询业正在成为当今经济发展的主旋律。这就决定了围绕市场竞争所进行的竞争情报咨询，是情报机构走向市场经济的一个重要举措，有助于我国的现代咨询业在手段、方法上能向纵深层次发展。但客

观现实是，探讨竞争情报咨询理论的多，介绍实践经验的却比较少。表明我国目前的情报工作在向现代咨询业转变的过程中，还有不小的困难，缺乏足够的工作模式和方法。其中的核心问题是相当一部分情报研究人员，尚难以胜任社会对竞争情报咨询提出的要求。要想让竞争情报研究成果真正走向市场，满足社会用户的特定需要，就要求竞争情报研究人员善于利用网络技术和进行社会调查。在因特网已成为竞争情报研究者获取信息的重要手段的今天来说，倘若不会利用它来获得准确的数据和进行综合分析，那就很难得出可信度较高的研究结论，也就谈不上竞争情报咨询的优势。同时，由于我国的大量信息资源往往蕴藏在政府部门、行业协会和各类专业人员那里，如果不掌握一定的社会调查本领，同样很难生产出高水平的竞争情报咨询产品。因此，我国今后不仅需要通过竞争情报咨询实践，造就一批高水平的竞争情报咨询专家，并及时将他们组建成一个有效的网络，还应积极培育竞争情报咨询服务市场，在咨询服务的规范性、政府的导向力度和企业的认识程度等方面作出应有的探索。这样，才能最终可形成一个适合于我国国情的竞争情报机构，不断促进竞争情报咨询工作上一个新台阶。

2. 继续提高竞争情报实践力度

基于竞争是现代市场经济的本质体现，竞争情报是现代企业信息化的主流和生产经营的有序保证，竞争情报研究是参与市场竞争并赢得竞争的有效方法。我们就应在学习、借鉴国外竞争情报研究方法的同时，更能贴近我国的实际来开展有效的环境监视和竞争分析，为有效提高企业的竞争实力及其产品的市场占有率提供针对性较强的思路、途径和方法。并不断加强企业自身的竞争情报应用技能。竞争情报研究是一项实践性极强的工作，可我们目前竞争情报实践的力度却远远不够。尤其是在企业竞争情报系统建设和竞争对手分析这两个核心问题上，至今还未见到很有分