

财务情报的收集和利用

罗浩莹, 杨云标

(昆明理工大学 管理与经济学院, 云南 昆明 650093)

摘要: 财务情报是各行业竞争财务的重要组成部分,介绍了财务情报的收集方法及其在国外企业竞争中应用的成功案例,提出中国企业要重视财务情报,做好财务情报的收集和利用工作,对企业提高竞争能力具有重要意义。

关键词: 财务情报;情报收集;情报利用

中图分类号: F270 **文献标识码:** A **文章编号:** 1007-855X(2008)01-0105-03

Collecting and Using of Financial Information

LUO Hao-ying, YANG Yun-biao

(Faculty of Management and Economics, Kunming University of Science and Technology, Kunming 650093, China)

Abstract: Financial information is an important component of financial competition in various fields. The article introduces the collecting methods of financial information and lists the successful application in the enterprise competition overseas. It is suggested that Chinese enterprise should attach great importance to the financial information, and try to collect and make use of financial information in a good way, which is significant to enhance the competitive ability of enterprise.

Key words: financial information; information collecting; information using

0 引言

财务信息是企业、事业单位和政府机关的重要信息,财务资源是单位的核心资源之一,特别是企业财务信息和财务资源是企业的发展战略的主要依靠。随着市场经济的高速发展,人、财、物、设备、技术和信息共同构成企业的六要素。而信息要素是联系前五要素的纽带,是激活其他五要素的催化剂。当非系统化的财务信息被收集、整理、分析和加工后,成为系统的有用的财务机密时,财务信息便成为了财务情报。财务情报作为企业的重要商业机密在企业市场竞争中发挥着重要的作用,如企业财务发展战略、企业经营决策、企业并购等行为,依靠的主要就是财务情报。在市场经济竞争日趋激烈的情况下,财务资源的竞争离不开财务情报的收集、分析和利用。

联合国工发组织指出:“对一个企业来说,外部环境中的任何变化,包括技术的、经济的以及政治等因素,都可能对企业的利益及其生存产生重要影响,如果能通过阅读早期的预警信号,发现并预知这些可能的变化,就可以利用所剩的时间,预先采取相应的措施避开威胁,寻求新的发展机遇,这一系列智能活动即为竞争情报研究。”将上述观点仅限于财务方面来说,就是财务情报研究,财务情报研究是市场经济的产物,国外发达国家的企业相当重视这项工作。企业财务情报研究是指企业之间在为求生存、谋发展、争富强而进行竞争的过程中,对竞争财务环境、竞争对手财务能力和竞争财务策略的财务信息研究。其主要内容包括财务信息的收集、财务信息内容的重组、财务信息的深度加工以及对财务发展趋势的预测、分析等。企业财务情报研究是在充分占有原始财务信息基础上开展的研究工作,既作为一个企业,要搞好财务情报研究工作,首先要求研究人员要了解原始财务信息的范围,做到充分占有原始财务信息。所谓企业的原始财

收稿日期:2007-12-05.

第一作者简介:罗浩莹(1971~),女,在读硕士研究生,副研究馆员.主要研究方向:图书情报、管理科学与工程.

E-mail:luohaoying@yahoo.com

务信息是指所有有关企业生产生存,直接或间接与企业最后盈亏状况有关的各类信息,其范围广、种类多,涉及企业的方方面面,包括内部自身的财务信息和外部的财务信息。

1 财务情报的收集方法

1.1 普通方法综合运用收集财务情报

1.1.1 通过职工或情报网收集

企业通过建立各种制度来促使每一个职工把收集竞争情报当作应尽的职责,在工作、购物、散步、出差等一切环节中有意识地搜寻情报。还可建立情报网,例如以企业驻外办事机构为核心,通过驻外使馆人员、销售人员、访问学者、留学生、移民及当地兼职情报员收集情报。

1.1.2 参加各种社会活动

参加相关的招商会、展览会、交流会、学术会议,以及竞争对手举办的技术鉴定会、订货会、新闻发布会等。通过参加这些活动有可能获得:① 工商会资料,交流会、学术会议资料,竞争对手的广告、产品介绍、产品样本等。② 同类企业的技术、经营方面的信息。③ 竞争对手为了宣传自己、推销产品,无意中透露的重要信息。

1.1.3 委托信息机构

许多信息机构专门将企业作为特种用户加以重视,提供企业所需的情报服务。企业情报人员(尤其是中小企业)收集能力难以适应情报需求,或需要获得异地、异国的某些情报信息时,可委托当地信息机构进行收集。

1.1.4 从公开出版物中收集

报纸是重要的竞争情报信息源,但报纸数量庞大,材料分散,信息分布零乱,难以保存和积累,使用专题剪报是收集报纸信息的有效途径之一。此外还应重视从专利文献、期刊杂志、会议文献、技术报告、产品标准及样本、机构名录、年鉴中收集情报。

1.1.5 从大众传媒中收集

大众传媒(这里指电台、电视台)辐射面宽,信息含量大,时效性强。电台、电视台多数都有经济节目,可提供大量的商务信息,还有新闻、科技、广告等节目。通过收听、收看、录音、录象,从中收集有价值的信息,供进一步分析研究。

1.2 应用新技术收集竞争情报

1.2.1 数据库的应用

数据库在财务情报收集发挥越来越大的作用,企业可以从数据库,尤其是从商情数据库得到财务情报。目前国内比较适于用作财务情报源的数据库有:中国企业、公司及产品数据库、中国经济信息数据库、中国科技经济新闻数据库、中文科技期刊全文数据库、中国法律法规大全、国家法规数据库、人民日报·市场报全文数据库、中国计算机报全文数据库等。适于财务情报源的国外数据库有 DIALOG、BRS、NEXIS、NEWSNE,还有各证券公司营业网等。这些数据库覆盖面广而细,内容定期更新。DIALOG、ORBIT、ESA/IRS 中的 100 多个经贸类文档是财务情报的重要来源。目前国外大多数商业数据库已经与因特网联网,通过因特网查询商业数据库可获取财务情报。

1.2.2 通过因特网可获取大量情报信息

利用因特网收集情报信息已成为国际性大企业财务情报重要渠道,用因特网获取信息有明显的优势。随着因特网的发展,它已经累积了一个比较完整的财务信息资源。

(1) 竞争环境信息。企业可以通过因特网直接走访顾客,掌握顾客对产品和服务的满意程度等第一手资料,还可以准确地掌握市场行情的变动,提高与相关企业的竞价能力。国外许多著名的报刊杂志都可以在网络上找到电子版。

(2) 竞争对手信息。国际上几乎所有大企业都已经上网,通过跟踪这些企业,可以获得以前我们无法得到或要花很大代价才能得到的信息,如竞争对手产品样本、销售价格、配置,以及经营状况、员工情况、业

务发展计划等。

(3)智力信息.通过因特网可获得专门机构提供的市场分析、技术咨询、信息查询等信息服务及众多研究咨询专家的高级服务.利用因特网的电子函件系统以及 RP、GOPHER 和万维网之类的功能可以很容易地获得各类专家的帮助.因特网上的各种电子论坛是非常重要的智力资源,有利于获取更多的信息和解决疑难问题的方法。

2 企业财务情报的应用

2.1 国外大企业财务情报的应用

美国、日本、瑞典、澳大利亚和西欧的很多国家都很重视财务情报工作,并且积极开展财务情报调查和诊断研究.在这些发达国家中,企业争相开展财务情报研究活动,并在规模、技术、技能上均有长足的进步.如微软靠主要财务情报打败对手:网络浏览器的市场份额是世界电脑软件业公司争夺最激烈的产品,但微软公司最初轻视竞争对手,未重视对方的财务情报的收集工作,未全力投资开发网络浏览器,而其他公司则悄然斥巨资研究开发网络浏览器,网景公司呈一度占有市场份额高达 80% 以上.为了重新夺回网络浏览器市场份额,微软加强了财务情报的收集工作,每月定期监测网络浏览器市场占有率等财务情报的变化,并以此及时调整微软公司制定网络浏览器市场策略的指导方针.微软最终夺回了网络浏览器市场领先地位,网景公司被美国在线公司并购。

在 20 世纪 60、70 年代初,施乐公司对世界复印机市场份额占有垄断地位,但从 1977 年到 1982 年,其市场份额却从 81% 下降到 36%,主要竞争对手是日本的佳能公司.佳能公司掌握了施乐公司的产品成本财务情报后,提出:“以施乐的成本价来销售复印机”的口号,施乐公司就此开展了大规模的财务情报收集研究工作,最终从日本人手里夺回市场份额.可见,财务情报有助于提高企业的核心能力,是企业财务发展战略的重要基础.谁掌握财务情报,对于谁掌握了竞争核心情报之一,谁就能在激烈的市场竞争中处于主动地位,进而赢得获取市场、利润的机会。

2.2 国内企业财务情报应用状况

在国内,财务情报概念的内涵较窄,通常被认为是仅指财务会计报表信息,因此,对财务情报工作不够重视,企业开展得甚少.认为对手的情况通过财务报表等容易了解,财务情报研究还停留在简单的财务报表的阅读阶段,不能与市场和企业有机地结合起来.竞争情报在企业的应用方面也是非常薄弱,财务情报的利用在市场竞争中也不为人们所重视.国内企业要想在中国市场乃至国际市场取得更高的地位,必须重视财务情报的研究.拥有竞争对手的财务信息以及最新动态,对企业财务战略决策是有帮助的.因此,国内企业要逐步适应日益繁荣的信息社会,把握好财务情报,才有可能使企业立于不败之地。

国内企业在市场竞争中对财务信息的分析和策略研究做得很少.如中国的家电和通讯电子产品等行业的企业,竞争非常激烈,要想战胜竞争对手,必须从品质、成本、利润和市场等财务情报方面把握好商机,有时会通过成本和市场占有率等财务情报优势,出其不意出招.然而当国内市场上某家电制造商宣布产品降价,竞争对手只能是联合相应降价,而财务状况不佳的企业很可能就会被挤出市场.再如百事可乐、娃哈哈、乐百氏、农夫山泉、旭日升、三元等饮料行业,产品的价格、性能、消费群体越相近,相互间就越构成竞争.如果某企业产品的市场占有率、利润率、售后服务等不如其他企业,就要研究竞争对手的财务情报,确定哪些方面的财务发展战略,以己之长搏彼之短.如当企业以扩大产品市场份额为主要目标时,就不要指望过高的盈利水平,在确定了竞争对手之后,首先要去了解的是对手的销售额、产品市场占有率、利润率、生产能力、技术力量、投资计划等财务情报,其次是对手产品的价格及销售网络、广告支出、员工收入等等.随着我国市场体制的逐步健全,以及卖方市场向买方市场的转变,市场竞争将会更加激烈,财务情报的重要性也将更加明显.财务情报必须以市场竞争为基础,所以加强对市场机制的研究,并结合传统的财务数据,是做好企业财务情报工作的关键。

(下转第 119 页)

