

# 美国面向小企业的竞争情报供给体系研究\*

赵筱媛 刘志辉

中国科学技术信息研究所 北京 100038

[摘要] 对美国面向小企业提供竞争情报服务的整体体系进行研究。结果表明,美国在国家层面上针对小企业提供竞争情报服务的模式,基本遵循着“小核心、大网络”的规律,即以单个主导机构为核心,集成相关教育机构、协会组织、私营机构等共同参与,共同建立为小企业发展提供全方位情报信息服务的协作网络。在地方层面上,各地区也会面向本区域小企业的特定情报需求,探索有效的竞争情报供给和服务模式。

[关键词] 美国 小企业 竞争情报 供给 服务

[分类号] G350 D630

## Competitive Intelligence Supply System for Small Business in the United States

Zhao Xiaoyuan Liu Zhihui

Institute of Scientific and Technical Information of China, Beijing 100038

[Abstract] This paper analyzes the competitive intelligence services system for the small business in the United States. On the national level, the United States follows the model of “small core, large network” to provide competitive intelligence service for small business. It means that make the single agency as the core, and integrate with the relevant educational institutions, associations, private institutions to participate, jointly establish full-service collaborative network of intelligence information service for small business. On the local level, the government also establishes the effective supply and service model according to the demands of small business.

[Keywords] the United States small business competitive intelligence supply service

自第二次世界大战以后,美国小企业(美国对小企业的界定仅有大小两类,并未明确划分出中型的标准,所有雇工人数不超过 500 人的企业被统称为小企业)迅速发展,已经成为美国经济的重要组成部分。目前美国约有小企业 2 500 万家,其数量约占美国全部企业数量的 98%,美国小企业创造的就业机会占私营企业的 54%,销售额占全国销售总额的 47%,产值占国内生产总值的 50%;同时,小企业也是美国技术创新的重要力量,这一群体具有很强的发明创造力,在 20 世纪的重大技术发明中,小企业的力量占到一半以上,而其研究开发费用却不到大企业的 5%<sup>[1]</sup>;新技术新产品的效率明显高于大企业,科技投资回收期约比大企业短 1/4<sup>[2]</sup>;另外,美国经济增长的 70% 源于出口贸易,而其中 97% 的出口增长是由小企业贡献的。可以说,小企业是美国经济中最具活力的部分,也是美国经济发展真正意义上的助推器。

鉴于小企业在技术创新和拉动经济发展过程中的

重要地位以及市场力量对小企业技术创新调节存在缺陷等问题,美国政府一直重视小企业的发展,并联合各方社会力量共同在小企业发展过程中给予扶持和帮助。一方面,美国政府为扶持小企业发展建立了完善的政策与法律体系、健全的组织机构管理与服务体系、积极的财税金融保障体系等,营造了有利于小企业创新发展的环境;另一方面,美国在国家层面和地方层面针对小企业需求开展了卓有成效地竞争情报服务与供给工作,成为美国小企业能够应对复杂国际竞争环境、得以健康发展的重要支撑条件。

### 1 美国国家层面的小企业竞争情报供给

在国家层面上,美国针对小企业提供竞争情报服务的模式,基本遵循着“小核心、大网络”的规律。即以单个主导机构为核心,集成相关教育机构、协会组织、私营机构等共同参与,利用核心机构与各成员机构

\* 本文系国家自然科学基金项目“中小企业竞争情报供给模式研究”(项目编号:71073152)和国家社会科学青年基金项目“国际竞争背景下我国产业竞争情报服务模式运行机制研究”(项目编号:09CTQ017)研究成果之一。

收稿日期:2012-02-03 修回日期:2012-03-29 本文起止页码:6-11 本文责任编辑:王传清

自身遍布全国的卫星式分支网点,共同建立为小企业发展提供全方位情报信息服务的协作网络。这种模式被广泛应用于中小企业运营过程中所需的综合性竞争情报与专业性竞争情报供给上。这些服务网络之间相互联系,相互交叉,有些机构在某一网络中作为成员机构参与服务,同时也是另一服务网络中的核心机构。这些服务网络的协调运作,共同构成了美国国家层面的中小企业竞争情报供给体系。具体如图 1 所示:

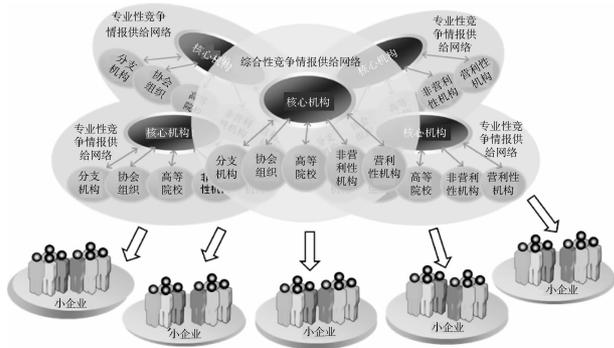


图 1 美国国家层面的小企业竞争情报供给体系示意

### 1.1 综合性情报的供给——以全国小企业信息咨询与教育培训服务网络为例

全国小企业信息咨询与教育培训服务网络由美国小企业局牵头发起,集聚了美国退休经理服务团、女性商业中心以及数百个高等院校为合作伙伴,向全国的小企业提供发展所需的信息咨询及教育培训服务,其中很大一部分服务都涉及到竞争情报的内容,具体囊括了企业发展过程中所需的多种类型竞争情报,涉及营销、生产、组织、市场、人力资源方面等。该服务网络的构成如下。

1.1.1 核心机构——美国联邦小企业局 美国联邦小企业局于 1958 年被美国国会确定为“永久性联邦机构”。作为美国联邦政府专门设立的向小企业提供资金支持、技术援助、咨询服务、政府采购、紧急救助、市场开拓等全方位、专业化服务的机构,美国联邦小企业局是美国政府制定小企业政策的主要参考和执行部门,在各联邦政府部门中享有很高的地位,局长由总统亲自任命。美国联邦小企业局总部设在华盛顿,在美国十大城市设有分局,分局下设 100 多个地方机构,员工总人数超过 4 000 人<sup>[3]</sup>。

联邦小企业局是全国小企业信息咨询与教育培训服务网络的核心机构,这一网络体系由联邦小企业局发起建立,并承担着网络体系的组织、管理和协调工作。同时,联邦小企业局也会直接通过遍布全美的上

百个分支机构直接向小企业提供政策法律咨询服务,为小企业提供科技情报和信息等,并负责随时向政府反映小企业的发展动态和建议意见。

#### 1.1.2 成员机构

● 退休经理服务团<sup>[4]</sup> (Service Corps of Retired Executives, SCORE)。SCORE 成立于 1964 年,是一个非营利性的协会组织。SCORE 将社会上的退休经理人集合起来,以他们的经验和知识系统为基础,整合社会上其他为小企业服务的各种力量,形成免费为小企业服务的机构。SCORE 的使命是致力于为小企业提供所需的信息、指导其成长、帮助其成功。在成立之初,SCORE 仅有少数几个顾问,而后不断发展,目前已具有在华盛顿特区的全国性总部以及分布在全美的 389 个分部,拥有 13 000 名志愿顾问,为美国的众多小企业提供了大量信息服务。小企业可以通过在线咨询、参加在线研讨会、查阅商业电子快报以及到任何一个分部现场咨询查阅信息等形式获取帮助。

● 小企业发展中心<sup>[5]</sup> (Small Business Development Centers, SBDC)。小企业发展中心由美国小企业局下属的小企业发展中心管理办公室负责建设实施。它既是全国小企业信息咨询与教育培训服务网络的成员机构之一,囊括了私营部门、教育界和联邦、州与地方政府等诸多机构,也具有众多分支网点,是一个体系完整的服务网络,可以通过核心机构及多个分支机构向小企业提供一站式的信息指导服务。

美国在竞争情报教育方面有着深厚的底蕴,在国内排名前 10 位的商学院和图书情报学院大部分都开设了竞争情报的相关课程<sup>[6]</sup>,美国小企业发展中心注重充分利用竞争情报教育机构的力量开展相关活动。1976 年,美国小企业发展中心领航计划在 8 所大学开始实施;1979 年,美国联邦政府通过立法授权每州成立州小企业发展中心,标志着 SBDC 正式创立。美国小企业发展中心在联邦小企业管理局的领导下向现有或未来的小企业主提供援助。截至 2005 年,美国一共有 63 个 SBDC 州中心,基本上每个州 1 个(得克萨斯州有 4 个,加利福尼亚州有 6 个),并拥有 1 100 个分中心,这些中心除 10 个设在州政府的经济开发局以外,其他的全部设立在大学学院、职业学校或行业协会内,这些分中心都与设在当地的联邦小企业局地区办公室保持着紧密的联系<sup>[7]</sup>。

小企业发展中心的经费主要来自两种渠道。联邦小企业管理局提供不多于 50% 的运行费,其余由赞助单位提供。赞助单位包括州政府机构、私人基金会、商

会、州经济开发公司、州立和私立大学、职业和技术学校、社区学院等。目前来自赞助单位的经费所占比例呈现逐年增多的趋势。

SBDC 通过全国范围内强大的服务网络向小企业提供企业管理各个领域的最新的咨询、培训和技术援助服务,这些服务中也包括了小企业在营销、生产、组织、工程和技术环节中非常关注的竞争情报内容。原则上,每个有兴趣首次创新的小企业或者想对现有小企业进行发展扩张而难以支付私营机构昂贵的咨询服务费的人都可以获得 SBDC 的援助。而且,SBDC 面向所有小企业客户提供的服务基本都是免费的,只有当小企业客户需要聘请私人顾问进行深度咨询或培训时才会收取少量费用。

- 女性商业中心 (Women's Business Centers, WBCs)。全国小企业信息咨询与教育培训服务网络还向少数民族及社会地位和经济地位处于弱势的群体(退伍军人、妇女和残疾人等)提供针对性的服务。女性商业中心就是其中典型的机构之一。它是针对日益增加的女性小企业主而设立的组织,集合了全美范围内 100 个教育机构,共同协助美国女性企业家成功、发展小企业,并帮助她们有效应对全球范围的竞争环境。

上述各个机构共同组成了一个国家层面上为小企业提供综合性情报与信息服务的协作网络。

## 1.2 专业性情报的供给——以出口促进信息服务网络为例

针对小企业在特定领域的情报需求,如进出口贸易、专业性技术等,美国同样会通过覆盖全国甚至跨越国界的、由多种类型服务机构共同形成的网络向小企业提供服务。这里选取美国出口促进信息服务网络做一重点分析,了解美国在国家层面上针对小企业出口需求而提供专业性竞争情报支持的特色做法。

### 1.2.1 核心机构

进出口贸易信息服务网络主要是给信息资源匮乏的小企业提供从出口市场研究到取得出口信贷担保支持的一揽子信息咨询服务体系。该服务网络以美国商务部为核心机构,施行组织、管理、协调的职能,并带动相关机构共同向小企业提供情报与信息服务。

美国商务部成立于 1913 年,其职责是促进美国国内和对外的贸易往来。为美国企业的产品出口提供全过程的信息服务和咨询指导,是商务部的一项重要工作。美国商务部自身就通过多种方式直接向企业提供情报和信息服务,包括:设立电话热线,可以由专家直接向出口企业回答疑问,指导他们怎样处理出口中遇

到的问题;建立了贸易数据库,数据库中涵盖 228 个国家和地区的 117 个行业信息数据,企业可以在该部的 73 个地区办事处和公共图书馆里任意调用;举办一系列大型贸易博览会,加强企业间信息交流,增加企业产品出口的机会;等等。其中大部分的信息服务和专家咨询服务都是免费向企业提供的<sup>[8]</sup>。

### 1.2.2 成员机构

出口促进体系中的信息服务网络由以下机构组成<sup>[8]</sup>:

- 出口援助中心。出口援助中心在美国各大城市均设有分部,可以随时为小企业提供出口方面的一站式信息指导与援助,让小企业很便利地接受到来自美国小企业管理局、美国商务部、美国进出口银行和其他公共与私人机构专业人士的指导,使小企业出口商能够便利地获取目标市场研究、市场需求预测、市场统计资料、贸易保险等方面的一揽子信息服务。这一形式可有效地帮助美国小企业在国际竞争中占据优势。

- 贸易信息中心。贸易信息中心咨询的领域主要侧重于向出口商提供有关政府贸易促进计划及获取金融、保险等方面的指导,以引导小企业的出口。

- 其他产业部门的信息服务机构。美国农业部、能源部等政府部门针对本行业部门建立起来的出口鼓励体系也是其中的成员机构。对于国际贸易中保护性壁垒最强的农业,美国农业部设立了“国外市场农业服务组织”,该组织实施了一些极富进取性的计划支持农、林业产品出口,帮助出口商开拓国外市场。在能源部,“可再生能源商业贸易委员会”通过设立针对小出口商融资的专项基金和提供相关信息咨询服务,支持节能技术和产品的出口。

- 全球商业服务网络。全球商业服务网络是美国商务部下属的国际贸易管理局负责建立的贸易促进机构,它既是美国出口促进体系中信息服务网络的成员组织之一,其本身也是一个规模庞大、服务手段多元、服务内容丰富的网络体系。全球商业服务网络集聚了全美 100 多个城市以及近 80 个国家的专业人士,向已从事和准备从事商品出口的小企业提供所需的信息支持和咨询指导<sup>[9]</sup>。该服务网络覆盖了全美甚至世界上大多数区域,为企业提供特定区域市场的市场分析、寻求潜在贸易伙伴等情报与信息服务。全球商业服务网络向小企业提供的服务内容见表 1。

表 1 所列的服务中有很多内容都属于竞争情报的范畴,除“市场情报”这一部分所包含的是典型的竞争情报服务外,其他两部分(“贸易咨询”和“商务洽谈”)中也有一些内容涉及到竞争情报,如合作伙伴搜索、贸

表 1 全球商业服务网络面向小企业提供的服务内容

类别	具体内容	
市场情报	国家和行业报告	<ul style="list-style-type: none"> <li>通过专业人士撰写的 10 万本以上的国际行业市场分析报告,可以获取准确而详细的信息,而且这都是免费提供的。</li> <li>提供有关新规定信息、商业趋势分析以及政府资助项目信息。</li> </ul>
	定制市场研究	<ul style="list-style-type: none"> <li>提供关于企业产品或企业个性化的报告,评估企业在全世界市场服务方面的潜力。</li> <li>了解哪些因素影响潜在客户,识别企业的竞争对手,并获得同类产品的价格。</li> </ul>
	背景报告	<ul style="list-style-type: none"> <li>通过工作在世界各地的贸易领域专业人士,可以让企业了解目标市场潜在在工作伙伴的信息。</li> <li>订购国际公司报告,其中包括目标企业的销售、利润数字以及潜在负债和其他财务信息。</li> </ul>
	贸易数据和分析	<ul style="list-style-type: none"> <li>提供最新的年度和季度贸易数据。</li> <li>可查询特定产业贸易数据并分析。</li> <li>获取特定国家的关税和贸易协定信息。</li> </ul>
	商业外交	<ul style="list-style-type: none"> <li>帮助企业克服贸易障碍,顺利进入国际市场。</li> <li>协调美国政府与外国政府间的接触行为,以保护美国企业的商业利益。</li> <li>提供国际市场上政府采购招标的信息。</li> </ul>
贸易咨询	规划及策略	<ul style="list-style-type: none"> <li>拓展目标市场或进入国际市场的全面商业计划。</li> <li>获得基于成本效益的解决方案,帮助小企业实现业务目标。</li> </ul>
	法律和管理问题	<ul style="list-style-type: none"> <li>明确小企业产品出口航运需求,帮助其获取许可。</li> <li>帮助小企业了解国际产品标准、认证要求、电力法规和包装方面的规定。</li> <li>学习如何避免知识产权问题及法律纠纷。</li> </ul>
	文档和产品需求	<ul style="list-style-type: none"> <li>了解有关出口文件,包括电子出口信息备案、发票、装箱单、原产地证书。</li> <li>帮助小企业了解产品的关税税率以及目标市场的进口费用。</li> </ul>
	贸易问题	<ul style="list-style-type: none"> <li>获取与海关相关问题的协助。</li> <li>小企业在产品出口或外国投标时如遇到不利因素、贸易壁垒或市场准入问题等,可以利用商业服务网络的宣传中心获取信息支持。</li> <li>了解怎样减少客户不付款的风险,并接受相关辅导。</li> </ul>
商务洽谈	贸易融资及保险	<ul style="list-style-type: none"> <li>制定出口战略,充分利用由美国进出口银行、小企业管理局以及其他金融机构提供的贷款计划,减少贸易风险,使小企业获得销售竞争力。</li> <li>获取有关产品和服务的价格,指导企业获得利润最大化,确保企业在目标市场上的竞争力。</li> </ul>
	联系人列表	<ul style="list-style-type: none"> <li>确定潜在的合作伙伴。</li> <li>帮助用户联络当地企业。</li> </ul>
	合作伙伴搜索	<ul style="list-style-type: none"> <li>确定潜在合作伙伴的同时提供该企业的详细报告。</li> <li>确定企业产品或服务的销路。</li> </ul>
	个性化的业务对接	<ul style="list-style-type: none"> <li>通过金钥匙服务业务一对一地帮助企业预先筛选买家、销售代表及合作伙伴。</li> <li>利用市场情况介绍会,提供研究和咨询服务。</li> </ul>
	贸易团	<ul style="list-style-type: none"> <li>申请参加美国政府高级领导人率领的代表团以帮助企业拓展正式业务(可随时查看即将到来的代表团信息)。</li> <li>帮助会见代理商、经销商、政府和行业官员、潜在客户和美国使馆官员。</li> </ul>
	商展	<ul style="list-style-type: none"> <li>利用国际采购计划,参与美国商展,提供预先筛选买家和接收出口贸易方面专业咨询等服务。</li> <li>通过认证后在美国会展中心展示企业的产品。</li> <li>在商展上对外发放企业的宣传资料。</li> </ul>

注:根据全球商业服务网络网站<sup>[10]</sup>信息整理。

易问题解决等。究其本质,全球商业服务网络是面向出口型小企业提供专业性竞争情报服务的典型机构。

## 2 美国地方层面小企业竞争情报的供给

美国除了在国家层面上针对小企业的情报需求给予重点扶持外,很多州、市及镇都会面向本地区小企业的特定情报需求,探索有效的竞争情报供给和服务模式。自 20 世纪 80 年代末,科罗拉多州的利特尔顿市根据当地经济发展、资源基础、本地小企业的特点及需求,开展了名为“经济花园”的计划项目。该计划的核心任务之一就是该市政府机构向本地小企业提供经营

所需的竞争情报,取得了非常显著的效果。此后,利特尔顿市的“经济花园”计划模式在科罗拉多州被推广,并被其他州借鉴,过程中不断修正完善,形成了美国地方层面针对小企业供给竞争情报、促进小企业竞争力提升和区域经济发展的特色模式。

### 2.1 利特尔顿市的“经济花园”计划

2.1.1 计划概况 1980-1982 年间,美国经历了大范围的经济危机和经济衰退,很多地区,尤其是一些小城市,在吸引外资的环境基础、资源基础方面都存在欠缺,使得单纯依靠“外力拉动”的经济增长模式在这些地区难以开展或效果不佳。科罗拉多州丹佛地区的利特尔顿市当时就面临这样的困境。1989 年,利特尔顿市议会决定不再像以往那样吸引外资,转而致力于投资本地企业以提升经济发展水平,开展实施了“经济花园”计划。这项计划的主旨是创造良好的发展环境,提升本地企业、尤其是小企业的活力和竞争力,利用本地企业的发展解决就业问题、拉动经济发展<sup>[11]</sup>。

这项计划的核心内容包括三方面:①利用政府投资的数据库和先进的信息技术手段,充分挖掘有价值的情报和信息,帮助小企业获得所需要的关于市场、客户、竞争者等情报,提升利特尔顿市企业的竞争力,确保企业在竞争中赢得成功。②重视基础设施的建设与完善,建立适合于人居和创业的大环境。为此,利特尔顿市加大对道路、文化设施的投资力度,并对历史悠久的商业中心予以重点支持。③通过促进产业集群发展建立利特尔顿市企业之间的紧密联系、增加企业间业务合作的机会,并进一步加强产业界和高等院校之间的联系<sup>[11]</sup>。

向本地区的小企业提供竞争情报服务是利特尔顿市“经济花园”计划的重要内容之一,该项工作主要由利特尔顿市商业与产业事务中心负责实施,主要任务是为利特尔顿市 1 700 余个小企业提供所需的竞争者情报与市场情报,同时为更好地实施“经济花园”计划和助力小企业的发展创造良好环境。

2.1.2 竞争情报产品内容 利特尔顿市商业与产业事务部的服务对象,多数为员工不足 10 人、年营业额不足 20 万美元的小企业。这些企业寻求情报服务的主要目的是为了获得所需要的竞争情报,以增加营业额、开拓市场、进一步为自身产品和服务增加市场份额。利特尔顿市商业与产业事务部的人员对寻求服务的企业采用一对一访谈的形式,深入了解企业的情报需求,利用行业及专业数据库检索和情报分析手段,向企业提供所需有关市场、投资、长期经营战略的情报和

信息。具体情报产品内容包括竞争对手情报及竞争者战略、产业发展趋势与预测、市场规模、目标市场人口统计与消费心理分析(生活方式信息等)、市场分析报告、潜在市场定位、潜在的合作伙伴和资源、销售列表及主要角色等。

由于利特尔顿市商业与产业事务部的出色工作,避免了很多小企业做出灾难性的经营决策。典型的两个例子是:①曾有一位女企业主计划开办一家医疗信息录入公司,但是没有意识到印度和孟加拉的竞争对手在员工成本方面拥有着更为强大的优势;②一家企业曾计划与一家国际性公司合作,但他们不知道这家公司当时正卷入一场法律纠纷,并将很快宣布破产。上述两个企业(主)都是在利特尔顿市商业与产业事务部所提供的情报服务基础上,才避免了错误决策所导致的严重损失<sup>[12]</sup>。

除了向利特尔顿市的小企业提供竞争情报服务工作以外,利特尔顿市商业与产业事务部还要向市政府提供相关情报服务、承担委托项目或随时向政府部门提供所需的情报信息,包括监测大型零售商购买土地的价格信息、监测市中心商业区零售价格趋势、企业联盟带来的经济影响等。

2.1.3 支撑条件与实现手段 为确保情报产品的科学性和准确性,利特尔顿市商业与产业事务部购买了多个商业数据库,如 Lexis / Nexis, Dialog, Dun & Bradstreet, Info USA, Claritas, Experian, Tactician, 道奇施工报告(Dodge Construction Reports)等。这些数据库以前只有大企业才有能力购买和使用,现在利特尔顿市商业与产业事务部作为全市小企业的代表采购了这些信息资源数据库,使市内的小企业也有机会利用这些先进的条件和工具。同时,利特尔顿市商业与产业事务部还会通过监测各类企业、商贸协会和政府机构的网站,收集挖掘有用的信息。此外,商业与产业事务部还订阅了其他州的一些数据库,从中会得到关于其他州的商业新动向、招工情况和工资水平等信息。

2.1.4 “经济花园”计划的效果 “经济花园”计划的成果是显著的。利特尔顿市新增就业岗位由1989年的14 907个增加到2005年的35 163个,增长率达到136%。这一比率约是丹佛地区平均水平的2倍,是科罗拉多州平均水平的3倍,是全美平均水平的6倍。截至2004年,利特尔顿市企业销售所得税收入从680万美元增加至1 960万美元,增长了3倍<sup>[13]</sup>。更重要的是,1989年-2004年间,美国经历了两次主要的经济衰退。在此期间,利特尔顿市的人口仅上升30%,

市政府也没有投入更多经费或利用税收优惠等激励措施吸引外地企业进入本市,从而成功地实现了利用内生力量拉动经济增长<sup>[12]</sup>。

该计划中的情报与信息服务工作也取得了良好的效果,使利特尔顿市的表现明显好于大多数周边城市。市议会非常赞同“经济花园”计划的实施,也很重视该计划,并持续对该计划进行重点资助。通过“经济花园”计划的实施,利特尔顿市议会也意识到竞争情报的重要性,针对小企业开展的竞争情报服务完全可以被纳入市政府制定的经济发展计划中,并将会产生积极的成效。

## 2.2 “经济花园”计划在其他区域的推广

利特尔顿市实施“经济花园”计划的效果逐步显现后,该计划也被推广应用到美国其他地区。

加利福尼亚州的奥克兰市、新墨西哥州的圣菲市和怀俄明州的夏延市是在向小企业提供竞争情报方面开展得有特色并取得明显效果的4个地区。其中,奥克兰市和麦迪逊市成效尤为突出。奥克兰市于2004年开始实施“经济花园”计划,由市经济发展办公室负责统筹安排,侧重于发展先进的搜索方式和搜索引擎,通过更有效的文件命名规则、网页标题、关键词元标记、描述元标记、图像标记和文本链接等方式,便于当地企业更好地运用信息资源,快速查阅到需要的情报和信息<sup>[13]</sup>。2003年,怀俄明州开始推行“经济花园”计划,由怀俄明州的市场研究中心负责组织管理,该中心是由怀俄明商业理事会和怀俄明大学合作成立的。研究中心在利特尔顿市“经济花园”计划的基础上进一步拓展完善,建立了覆盖全州的小企业战略分布式联盟中心,这种分布式的联盟模式,能够将全州的优势资源集成起来,加强了小企业间信息交流和情报的共享,有效地实现了为小企业供给情报与信息的目的<sup>[13]</sup>。

在借鉴“经济花园”计划的过程中,每个地区都会根据当地的资源基础、行业分布特点和企业需求对该计划进行调整和完善,以更好地满足本地需求。但无论如何变化和调整,激发内生力量、提高本地企业竞争力都依然是“经济花园”计划的核心宗旨。

## 3 结 语

众所周知,美国是一个市场化高度发达的国家,政府往往不过多地参与到企业与市场的具体运作中,但美国政府却对小企业的发展予以了非常大的支持。在为小企业提供竞争情报与信息服务业方面,美国在国家

层面和地方层面上都建立了独具特色的服务网络和服务体系。国家层面上以“小核心、大网络”的形式为小企业提供全方位的信息与情报支撑;地方层面上,政府会根据本区域的特点和企业的需求,有针对性地开展情报服务。我国的中小企业同样对竞争情报和信息有着迫切的需求,但限于自身能力和资源等条件的限制,往往很难依靠自身满足情报需求,需要政府提供帮助和支持。美国在多年的实践中积累了丰富的经验,并已取得了显著成效,对美国小企业竞争情报供给体系的梳理和分析,可以为我国开展中小企业竞争情报供给与服务提供积极的参考。

#### 参考文献:

- [ 1 ] 曹昱,甘当善,李强. 小型企业:美国新经济的助推器[M]. 上海:上海财经大学出版社,2003: 50.
- [ 2 ] 美国中小企业管理局副局长会见中国企业家代表团[EB/OL]. [2011-05-22]. <http://www.usachina.org/exchange1/news.asp?filename=/develop/vhosts/vhosts2/usachina.org/web/exchange1/news/20070115020.txt>.
- [ 3 ] 刘森. 美国中小企业政策及其启示[J]. 中国工商管理研究, 2005(2): 48-51.
- [ 4 ] SCORE has a direct impact on small business and our nation's economy [EB/OL]. [2011-05-10]. [http://www.score.org/explore\\_score.html](http://www.score.org/explore_score.html).
- [ 5 ] Small business development centers (SBDCs) [EB/OL]. [2011-05-10]. <http://www.sba.gov/content/small-business-development-centers-sbdc>.
- [ 6 ] 孙成陆. 国外竞争情报教育与应用浅谈[J]. 现代情报, 2011(6): 33-35.
- [ 7 ] 陈辉, 冠杰. 美国促进中小企业发展的组织[EB/OL]. [2011-03-03]. [http://www.csscipaper.com/chinaeconomics/industrial-economic-information/205485\\_2.html](http://www.csscipaper.com/chinaeconomics/industrial-economic-information/205485_2.html).
- [ 8 ] 董春. 我国中小企业国际化发展理论与实证研究[D]. 成都: 西南财经大学, 2007.
- [ 9 ] 国际贸易管理局[EB/OL]. [2011-06-05]. <http://trade.gov/cs/services.asp>.
- [ 10 ] 全球商业服务网[EB/OL]. [2011-06-27]. <http://trade.gov/cs/services.asp>.
- [ 11 ] Hamilton-Pennell C. CI for small business: The city of Littleton's economic gardening program [J]. Competitive Intelligence Magazine, 2004, 7(6): 13-14.
- [ 12 ] Economic gardening [EB/OL]. [2011-06-27]. <http://www.littlelongov.org/bia/economicgardening/>.
- [ 13 ] The small business economy——for data year 2005 [R]. Washington D C: United States Government Printing Office, 2006.

[ 作者简介 ] 赵筱媛,女,1978年生,副研究员,博士,发表论文30余篇。

刘志辉,男,1979年生,助理研究员,发表论文20余篇。

## “知识服务大讨论”征文通知

随着信息技术、信息环境、科研模式以及用户信息需求与行为的变化,作为传承知识使命、促进科技创新的图书馆正在经历重大转型与变革:图书馆的服务内容正在从以印本文献到以数字网络资源过渡,服务模式正在从用户到馆到融入一线、嵌入过程转变,服务场所正在从物理空间到虚拟空间迁移,服务机制正在从以不变应万变(just in case)到因应而变(just in time),服务模式正在从文献服务到知识服务转型。这是图书馆有史以来正在经历的一种关乎图书馆前途命运的严峻挑战和重大考验。

知识服务是以知识的生成检索、组织推理、语义分析、关联发现等为特征的一种深度服务,正在成为国内外图书馆未来发展的核心竞争力和主导发展战略。从未来趋势而言,知识服务是图书馆的立馆之本,发展之基,创新之源,生存之路。以知识服务为中心的图书馆需要在管理理念、业务模式、组织结构、岗位设置、技术应用和服务能力上加以调整和适应,需要加强前瞻性研究和创新性的探索试验。

为进一步总结国内外图书馆知识服务的理论研究成果,凝练知识服务的最佳创新实践(best practice),提升知识服务研究水平,推动图书馆知识服务创新转型,《图书情报工作》杂志社发起并2012年全年组织“知识服务大讨论”大讨论。大讨论以知识服务为主题,欢迎就其中的理论、方法、技术、应用、案例等各方面问题进行深入地探讨,共同推进这一意义重大、影响深远的论题的研究。期待业内学界广泛地参与。

来稿请投:中国科学院国家科学图书馆《图书情报工作》杂志社,网址:<http://www.lis.ac.cn>,联系电话:010-82623933。来稿请注明“知识服务大讨论”。我们将组织专家对来稿进行评审,优秀论文快速发表,优稿优酬。

《图书情报工作》杂志社

2011年12月14日