

沈丽容

竞争情报在我国

——与倪波教授的对话录

摘要 竞争情报在企业发展中具有重要地位。我国竞争情报发展较慢的主要原因是,人们对情报的概念认识不清楚、政府对竞争情报重视不够,以及专业课程尚未推广到商学院,等等。政府在发展竞争情报方面是可以大有作为的。由商学院来开设竞争情报课程,实施竞争情报教育,具有明显优势。参考文献 8。

关键词 竞争情报 概念认识 政府支持

分类号 G350

ABSTRACT Competition information plays an important role in the development of enterprises. The development of competition information in China is comparatively slow, because the public lacks its knowledge, the government does not pay sufficient attention to it, and there is no such a course in business schools. In the paper, the autor thinks that there should be a course of competition information in business schools. 8 refs.

KEY WORDS Competition information. Concept. Government support.

CLASS NUMBER G350

竞争情报是一个企业为了取得竞争优势,对竞争对手、竞争环境进行系统的、持续的、合法的信息研究,并结合本企业进行量化分析,由此得出提高企业竞争力的策略和方法。简言之,竞争情报就是一个企业关于竞争环境、竞争对手和竞争策略的信息研究。竞争情报不但可以帮助企业及时洞悉社会政治、经济、市场的变化,提高企业对外部环境变化的反应能力,为企业提供信息预警,而且可以为企业制定竞争策略提供依据和论证,提高决策的科学性和准确性。竞争情报是市场竞争激烈化和高度发展的产物,在企业竞争中居重要的战略地位。

竞争情报这一概念是在 90 年代初从国外引入我国的。经过多年的发展,我国竞争情报研究与应用已取得了一定的成绩,如中国科技情报学会竞争情报分会的成立、竞争情报会议的召开、北京市科学技术委员会竞争情报咨询服务中心的成立、竞争情报专著的出版、竞争情报课程的开设、企业竞争情报系统的建立等等。这一切都说明竞争情报在我国是有发展前途的,对我国企业的生存与发展是有积极作用的。

但与同时期引进的企业形象(corporation identification)甚至近几年才引进的知识管理(knowledge manage-

ment)等概念的推广程度相比,竞争情报的发展相对较慢。为此笔者与南京大学信息管理系情报学专业博士生导师倪波教授就竞争情报发展过程中遇到的一些问题进行了如下探讨。

倪:竞争情报在我国推广较慢的首要原因是人们对情报这一概念的认识不足,误认为情报就是间谍。有些企业甚至一听到“情报”两个字就认为是违法的,更不用说竞争情报了。

沈:的确是这样。有一次我往某家报刊投了一篇文章,题目中就有“情报”两个字,结果该报刊的编辑就以为情报是间谍。

倪:事实上情报和间谍是有很大区别的。间谍只是搜集情报的一种方式,而这种方式并不包括在竞争情报里,因为竞争情报是以合乎法律道德的手段搜集和分析公开信息以支持战略决策的,而间谍经常是不择手段地搜集所需信息的,包括欺骗、阴谋甚至暗杀等违法手段。竞争情报不是你死我活的斗争,而是合法的,并且是相互促进的。

沈:也就是说竞争情报与间谍的主要区别在于竞争情报是合乎法律和道德的。

倪:对,竞争情报工作人员最基本的要求就是必

须掌握法律和道德的界限。此外,还有一种误解就是单纯地认为情报就是信息。在英语里,这两个概念是区分开的,即 Intelligence 和 information。Intelligence 这个词在英语里除了情报的含义外,还有谋略的意思,而 Information 可以说只是数据初步加工的结果。在竞争情报里,信息不过是原料,只有通过竞争情报专业人员进一步加工处理整合分析后,才能变成对战略决策有用的情报。竞争情报与战略决策的关系是非常密切的,可以说没有正确的情报就没有正确的决策,因此从某种意义上说竞争情报是企业的生命线,是企业制定战略的重要基础。

沈:除了认识上的障碍外,我认为政府不够重视也是一个原因。我曾看过一篇文章,说的是加拿大政府如何努力帮助企业提高竞争情报能力,推动竞争情报的发展。文中说加拿大政府利用各种可能的途径向企业宣传竞争情报,如邀请竞争情报专家演讲、建立竞争情报网站等。我就访问过加拿大工业部建立的“战略”网站,发现其不仅搞商业研究,而且还提供竞争情报信息和操作技巧。此外,加拿大政府还为企业提供竞争情报培训、财政支持和情报产品。政府的积极参与大大提高了企业的竞争情报意识和竞争情报能力,促进了竞争情报活动的开展。5 年前加拿大几乎没有正式开过竞争情报会议,而现在几乎每月开一次。可见政府在竞争情报发展中起的作用真的是很大。

倪:是的,政府在这方面应给予足够的重视并加强引导。计划经济时代政府对企业管得较多,多数企业只管生产,不管销售,其市场竞争能力非常差。现在随着社会主义市场经济体制的建立,政府渐渐将企业放开,企业必须学会在激烈的市场竞争中生存与发展。当竞争局限于国内时,企业的竞争压力还不是太大。然而,随着经济发展的逐渐全球化,特别是“入世”后,将几乎没有一种产品是纯国内的,也就是说几乎任何产品都将既面临国内的竞争对手又面临国外的竞争对手。市场竞争将更加残酷。而竞争情报的宗旨是帮助企业提高竞争能力,因此,竞争情报概念的引入和推广是非常必要的。我国政府和企业的关系相对比较密切,政府的指导对企业影响较大,所以如果我国政府能积极参与推广竞争情报,那么竞争情报的发展将比较顺利。

沈:我想我国政府可以通过以下几个途径参与发展竞争情报。

(1) 积极地向企业宣传竞争情报,提高企业情报

意识,就像加拿大政府那样,一方面利用一切与企业接触的机会向企业宣传,如参观访问、视察、展销会、网上交流等;另一方面邀请竞争情报专家参加会议并进行演讲。

(2) 适度公开信息,即政府应在竞争情报搜集方面给予支持。因为我国政府掌握着 80% 的社会信息资源,而这些信息资源只有极少部分公开,而且信息割据、相互封锁、行业垄断和不正当竞争等又限制信息的流动,导致信息渠道不通畅。如果政府能适度公开信息,特别是经济信息,将极大地促进企业发展,提高企业竞争力。

(3) 对原始信息进行适当的加工处理以增加信息产品的价值。

(4) 对企业进行情报培训,增强企业竞争情报能力。政府可以利用其庞大的人力和雄厚的技术力量为企业提供竞争情报培训,传授搜集、分析和利用竞争情报的方法。必要时还可以邀请国家安全部门或者从部队退役的情报员进行情报方法以及安全与保密方面的演讲,这在瑞典、美国、加拿大等国家非常流行,而且收效显著。

(5) 与企业开展竞争情报合作项目。

倪:据了解,北京市科委对竞争情报是比较重视的。北京市科委积极领导北京市开展竞争情报活动:一方面通过领导学会的学术交流、组织讲课,宣传推广了竞争情报的基本概念和理论;另一方面通过对企业的示范工程,使竞争情报进入企业。目前,示范工程已为北京开关厂等 6 个企业完成了课题,并在企业中建立了竞争情报体系。竞争情报工作的开展使企业经济效益有了明显增长,如北京开关厂 1996 年的销售收入在全国开关行业中由第五位上升到第四位。此外,更重要的是,北京市科委已于 1999 年把竞争情报活动正式列入北京工业技术创新与企业发展计划中的三大工程之一,而且还成立了“北京市竞争情报咨询服务中心”,保证竞争情报活动持续有效地开展下去。

沈:看来政府的积极参与的确会大大推进竞争情报的发展。

倪:除了上述两个原因外,还有一个原因就是我国竞争情报教育与国外不同。我国竞争情报课程基本上是在情报专业开设的,而且目前只有为数不多的几所大学开设这门课,如南京大学等。国外发达国家则基本上是在商学院开设的,而且大多数是作为 MBA 课程开设的,有的甚至作为博士课程。由于竞争情报

这一概念首先是由我国情报界引入的,因此在情报专业开设竞争情报课程可以理解。但是因为竞争情报毕竟是一个与企业经济关系非常密切的概念,它实际面向的是经济主战场,是为经济建设服务的。因此在商学院开设竞争情报课程是必须的。而且如果竞争情报课程能够在商学院开设起来,那么对竞争情报的发展将起很大的推动作用。因为商学院培养的学生是直接参与企业管理决策活动的,由他们向企业宣传竞争情报、帮助企业开展竞争情报活动应该说是比较直接有效的。

沈:由商学院来开设竞争情报课程的确是有优越性的。因为大多数商学院都开设了很多与竞争情报有关的课程。他们实际上只需增加竞争情报基础课程,将竞争情报的高效性、智谋性等特点融入其他课程中去。而且商学院有许多案例和练习只需稍作修改就能符合竞争情报的要求。

倪:不过商学院也存在一些局限,他们在处理情报需求和建立情报搜集网络两方面存在不足。商学院教师布置给学生的作业基本上是结构化的,而企业情报需求通常是非结构化的,并且是模糊的。访问和交谈是掌握情报需求不可缺少的技巧,而这些技巧在商学院的主要课程中并不受重视。建立和管理情报搜集网络则只停留在口头上,并未付诸实际行动。商学院教师通常在商业方面受过教育或有丰富的实践经验,但很少有情报工作经验。因此商学院要开设竞争情报课程必须接纳具有竞争情报经验的专业人员。

沈:据国外教学效果来看,竞争情报课程是比较受商学院学生欢迎的。夏威夷太平洋大学克里斯特·梅里特教授根据其两年来为商学院学生教授竞争情报课程的实践发现许多学生迫切要求选修竞争情报课程(竞争情报课程还未成为必修课),而且当学生上完竞争情报课程之后,他们因掌握了合法、合理地搜集情报的技巧而信心大增,一些以前看似不能解决的问题现在他们都可以解决了,并且许多学生还具备了高效处理情报的能力。据梅里特教授所做的一次调查,90%以上的学生认为竞争情报课程与他们的学位有关,并且在将来仍会很有用。有一半以上的学生认为竞争情报应作为必修课在商学院开设。

倪:竞争情报课程至今尚未在我国商学院普遍开设,主要有两个原因:一是我们上面所说的认识问题,商学院的教师和学生对情报概念的理解同样存在不足,这大概也是他们不能及时捕捉到竞争情报这一概念的原因;二是竞争情报向经济界的宣传不足,大部

分论述竞争情报的文章都发表在情报刊物上,不易被经济界人士发现。因此,情报界应向经济界推广竞争情报概念。例如可以在企业管理类报刊或网站上发表有关竞争情报的文章,还可以建立竞争情报网站,既宣传理论,又指导实际操作。

沈:为企业管理者开展一些竞争情报讲座和培训也能起到很好的宣传效果。据说企业管理者听完讲座后,都对竞争情报很感兴趣。但由于以下一些原因他们还不能立即建立起竞争情报系统。

(1) 缺乏有经验的竞争情报专业人员。目前我国多数企业情报室的工作人员实际从事的工作是收集和储存资料,其工作带有一定的被动性。而竞争情报要求主动地根据企业用户的需求来搜集一切与企业竞争有关的信息,特别是竞争对手、竞争环境方面的信息。而且竞争情报工作者还必须对这些信息进行加工处理和分析,为企业战略决策提供情报支持。

(2) 竞争情报是一项有系统、有组织的活动,一个企业从无到有,建立起一个完善的竞争情报系统需要2~3年时间。而且竞争情报从投入到产生经济效益还有一段时间,因为我国有些企业只重视短期效益,认为竞争情报不能在短时间内给企业带来经济效益,所以就不愿投入。

(3) 企业信息化程度不够,有的企业还没有建立起计算机网络。这一方面影响了所获信息的时效性,另一方面由于没有建立起企业内部网,企业内部员工所掌握的信息也无法及时获得,情报人员的分析结果也无法及时传递给员工。

倪:其实一个竞争情报系统的建立,不一定从头到尾都由一个企业单独完成。微软公司的技术力量应该算是非常雄厚的吧,但是他们在建立基于因特网的竞争情报系统时却从外面请了一些技术人员来建设,本公司的竞争情报员工只设3名,并且只负责搜集、处理和分析信息。所以企业建立竞争情报系统也可以请一些专业人员或机构来代理。北京竞争情报咨询服务中心实际上就相当于这种机构。

沈:我认为成立竞争情报代理机构是开展竞争情报工作的一种有效形式,因为它不仅能帮助企业建立竞争情报系统,而且还可为企业管理者提供竞争情报培训。在发达国家,竞争情报实际上已发展成一种职业,从业人员可以在企业内部从事竞争情报工作,也可以在代理机构从事竞争情报咨询服务工作,而且竞争情报从业人员的薪水是相当高的,像美国、加拿大等国家的竞争情报人员的年薪最高的可达11万多

美元,最少的也能拿到 3 万多美元。他们相当一部分收入是来自演讲和对企业进行培训的。

倪:发达国家对竞争情报的推广应用以及我国一些企业竞争情报工作取得的成效,都说明竞争情报的发展前景非常广阔。随着我国加入世界贸易组织进程的加快,我国企业所面临的竞争的广度和深度都是前所未有的。在激烈的竞争环境里,企业要想生存就必须增强竞争实力。竞争情报的目的是为企业赢得竞争优势,其原理实际上即“知己知彼,百战不殆”。而且竞争情报不但要求“知己知彼”,还要求“知环境”,包括宏观环境信息,如政策、法律法规、技术发展动态、人口统计信息、风俗习惯等等,以及微观环境信息,如业内竞争态势、替代产品威胁等,这些环境因素对企业决策的影响非常大,特别是面对国际竞争对手时,更需要了解其所在国的环境。竞争情报可以说是企业参与竞争的一种利器,是企业的“尖兵”和“耳目”。从某种意义上讲,竞争情报能否顺利发展甚至会影响整个国家的经济。因为没有正确的情报,就没有成功的企业,而没有成功的企业,国家经济就要衰退。因此,现阶段在我国大力推广和应用竞争情报是非常重要的,如何解决好上述几个问题是非常重要的。

参考文献

(上接第 45 页)

6 对因特网的再认识

因特网大大方便了信息的传播,对我们的工作、生活和学习产生了深刻的影响。但是,在某种意义上来说,因特网也会使人产生一种厌烦的情绪。

如果要对某一个问题进行研究,人们就会试图在因特网上检索信息。但通过雅虎等搜索引擎检索出的信息成千上万,有时几乎没有研究价值,这就是一种“令人厌烦的”冗余,导致人们不想深入阅读。

又如,因特网上有大量的各种报刊,报道各方面的信息。如果每天要阅读所有报刊,就会导致“令人厌烦”的多样性,亦即信息过载。

解决这个问题的办法是将网上信息进行归纳和分类,使得读者可以有效地检索出自己所需要的信息。例如,美国 OCLC 的 Dublin Core 项目就是本着这个想法而建立的^[19]。我们期望,随着信息技术的进一步发展,人们会更多地注意信息过载的问题,并找到这个问题的解决办法。

- 1 Jonathan Calof, Bill Skinner. Government's role in Competitive intelligence: what's happening in Canada? Competitive Intelligence Magazine. 1999, Vol. 2, No. 2
- 2 Christopher Merrit. Competitive intelligence and the higher education dilemma. Competitive Intelligence Management. 1999, Vol. 2, No. 4
- 3 John E. Prescott. Debunking the "academic abstinence" myth of ci. Competitive Intelligence Management. 1999, Vol. 2, No. 4
- 4 International salary survey results. <http://www.scip.org>
- 5 北京市科委重视竞争情报的开展. http://www.bestinfo.ac.cn/bsti_gyzz/izqb/zfdx.html
- 6 北京市科委工业处杨伟光处长在竞争情报项目验收会上的讲话摘录. http://www.bestinfo.ac.cn/bsti_gyzz/jzqb/zfdx.htm4
- 7 北京市科委倡导开展竞争情报示范工程. http://www.bestinfo.ac.cn/bsti_gyzz/jzqb/zfdx.htm2
- 8 原北京市科委邹祖焯主任在竞争情报项目验收推广会上的讲话摘录. http://www.bestinfo.ac.cn/bsti_gyzz/jzqb/zfdx.htm3

沈丽容 南京大学信息管理系 98 级情报学专业博士研究生,目前主要从事竞争情报研究,已发表论文数篇。通讯地址:南京市。邮编 210093。

(来稿时间:2000-02-22)

参考文献

- 1, 2, 7, 18 阿尔温·托夫勒著;孟广均等译. 未来的冲击. 北京:中国对外翻译出版公司, 1985
- 3, 4, 12 ~ 14 Wurman, Richard Saul: Information Anxiety. New York, Doubleday, 1989.
- 5, 8 ~ 11, 17 Klapp, Orrin E: Overload and Boredom: Essays on the Quality of Life in the Information Society. New York: Greenwood, 1986.
- 6 Simmel, Georg: The Sociology of Georg Simmel. Glencoe, Ill: The Free Press, 1950.
- 15 柏拉图著;郭斌和,张竹明译. 理想国. 北京:商务印书馆, 1986. 272 ~ 277
- 16 Bertman, Stephen: Hyperculture: The Human Cost of Speed. Westport, CT: Praeger, 1998.
- 19 参见该公司的因特网主页: <http://www.oclc.org>

顾 犇 国家图书馆采编部副主任, 研究馆员, 中国人民大学工商管理学院博士研究生。通讯地址: 北京白石桥路 39 号。邮编 100081。

(来稿时间: 2000-04-12)