

● 陈 峰 (中国科学技术信息研究所, 北京 100038)

基于“名”与“实”分离现象解析的竞争情报用户真实需求识别模型

摘要: 在现实中普遍存在竞争情报名号——“名”与实际行为——“实”分离的现象。文章提出竞争情报“名”与“实”分离的学术问题,分析了这一现象形成的原因,指出仅仅依靠是否具有竞争情报名号判断竞争情报范围和需求的局限,提出了据“实”识别竞争情报范围与需求的新判据。按照据“实”识别竞争情报范围与需求的新判据,研究了在没有竞争情报名号情况下不同用户群体隐含竞争情报实际行为和需求的各种称谓,提出并建立了一个基于“名”与“实”分离现象解析的竞争情报用户真实需求识别模型——冰山分布模型。通过实际事例对模型进行了验证,并阐述了此模型对竞争情报研究与实践的意义。

关键词: 竞争情报; 用户研究; 需求识别

Abstract: The separation phenomenon between the name of competitive intelligence (name) and the actual behavior (reality) commonly exists in the real world. This paper puts forward the problem of the separation between the “name” and “reality” of competitive intelligence, and analyzes the reasons for the formation of this phenomenon. The paper firstly points out the limitation of relying on whether or not there is a name of competitive intelligence to determine the scope and requirements of competitive intelligence, and then proposes a new criterion to identify the scope and requirements of competitive intelligence through “reality”. On the basis of this, the paper studies the various titles of actual behavior and requirements of hidden competitive intelligence for different user groups in the absence of the name of competitive intelligence. The paper puts forward and constructs the “Iceberg Distribution Model”, which is the identification model of actual requirements for competitive intelligence users based on the analysis of separation phenomenon between “name” and “reality”. Finally, the paper validates the model through practical examples, and expounds the significance of the model for the research and practice of competitive intelligence.

Keywords: competitive intelligence; user study; need identification

1 问题的提出

斗力与斗智是人类在竞争环境下赖以生存发展的两项本能。人类自从产生了社会组织 and 群体以来,组织和群体之间的竞争就高度依赖斗智,组织和群体之间斗智的需要催生了情报(Intelligence)活动并高度倚重情报活动。

间谍是世界上最古老的职业之一,是最货真价实的情报工作者。但间谍开展工作时毫无例外会刻意隐瞒自己的间谍身份,并精心谋划提供一个便于开展间谍工作的公开身份。反映谍战的影视作品经久不衰,优秀的间谍情报工作者颇能引得追捧。但现实生活中肯定不会出现真正的间谍情报人员手持“正处级间谍XXX”名片“请多多关照”的情况。因为,在军事和国家安全领域,普遍存在情报工作名号——“名”与实际行为——“实”分离的情况。

在民口情报特别是竞争情报(Competitive Intelligence)领域,也存在情报工作“名”与“实”的分离问题。

1986年,竞争情报从业者协会(Society of Competitive

Intelligence Professionals, SCIP)在美国成立,标志着现代意义上的竞争情报行业和职业的正式诞生。此后,SCIP一直是世界上最具权威的、影响最大的国际竞争情报行业社团。但是,SCIP于2010年8月宣布将名称“Society of Competitive Intelligence Professionals”改名为“Strategic and Competitive Intelligence Professionals”(战略与竞争情报从业者协会,SCIP)^[1]。SCIP的CEO在发给会员的邮件中解释了改名的原因“调查发现,SCIP会员中,公开宣布自己竞争情报工作身份者不足20%,绝大部分会员,尽管实际从事的都是货真价实的竞争情报工作,但绝大部分对外的公开身份是战略、产业分析、咨询顾问、市场研究、信息服务等。”可以看出,在竞争情报领域,也普遍存在竞争情报“名”与“实”的分离现象。

既然竞争情报“名”与“实”分离现象普遍存在,那么,这种现象背后的原因是什么?没有竞争情报之“名”却有竞争情报之“实”的部分其“名”是什么?除了传统的“据名求实”思路方法之外,根据什么判据判断无“名”有“实”的竞争情报工作?怎样透过“名”

与“实”分离的表象识别竞争情报用户的真实需求?……对这些问题的研究,将有助于改变人们对竞争情报的传统认知,扩大人们开展竞争情报研究与实践应用的视野,显然既有学术价值也有实际应用意义。

2 竞争情报“名”与“实”分离现象解析

为什么会存在竞争情报“名”与“实”现象的分离?这还得从情报的起源及本身的特定含义说起。

在古代,情报首先产生于军事领域,《辞源》指出:“定敌情如何,而报于上官者”是为情报。《辞海》中则说“战时关于敌情之报告,曰情报”。“……探马来报……”“……早有细作报知……”经常见于有关战争军事的历史文献中。

在国外英文语境中,关于“Intelligence”的定义,《牛津高阶英汉双解词典》中给出的解释一是“智力”,二是“(尤指关于敌对国家的)情报;情报人员”(Secret information that is collected, for example about a foreign country, especially one that is an enemy; the people that collect this information)。《柯林斯高阶英汉双解学习词典》给出的解释是“情报;谍报”(Intelligence is information that is gathered by the government or the army about their country's enemies and their activities; The purpose of intelligence is to provide information on how the enemy can be beaten……)

国外最早关于情报行为的记载可能是《圣经》之“出埃及记”部分摩西派 12 个探子到迦南探个虚实究竟的描述。

综合国内外关于情报的定义可以看出,“情报”具有强烈的不怀好意或敌意的刺探、偷窥的含义,目标对象往往强烈反感、警惕、防范、阻止和对抗对自己的“情报”活动。

第二次世界大战前,情报主要指军事和国家安全领域的活动。第二次世界大战后,延续了数千年之久的情报活动分成两个并行发展的体系:一类仍然是军事和国家安全领域的情报体系——军口情报体系;另一类是 20 世纪 60 年代发展起来的、主要是经济、科技、社会领域的情报体系——民口情报体系。

民口情报体系中,竞争情报是最能体现情报原意和表征功能的领域。虽然包括竞争情报在内的民口情报是在道德和法律允许的范围内开展的活动,但在人们的思想观念和现实的语境中,军口情报对民口情报的影响深远,“情报”的负面形象根深蒂固,包括竞争情报在内的民口情报工作仍然被认为“具有强烈的不怀好意或敌意的刺探、偷窥”的含义,在现实中包括民口在内的竞争情报工作遇到反感、警惕、防范、阻止和对抗的情况自然屡见不

鲜。在这种情况下,包括竞争情报在内的民口情报工作者为了消除不必要的敌意和阻力,更好地开展工作,自然会选择“去情报之名、行情报之实”的实际行为,以竞争情报为代表的民口情报领域自然普遍存在“名”与“实”分离的现象。

3 据“实”识别竞争情报范围和需求的判据

既然现实中普遍存在竞争情报“名”与“实”分离的现象,就有必要超越仅仅根据是否具有竞争情报名号——“名”判断是否属于竞争情报领域、是否具有竞争情报需求这一传统判据的局限,从现实世界竞争情报分布的真实全貌中进行考察竞争情报行为和需求。

根据是否具有竞争情报名号——“名”,以及是否具有竞争情报实际行为——“实”两个维度的两两组合,可以得到能反映现实世界中竞争情报真实分布全貌的竞争情报“名”与“实”组合关系矩阵,如图 1 所示。

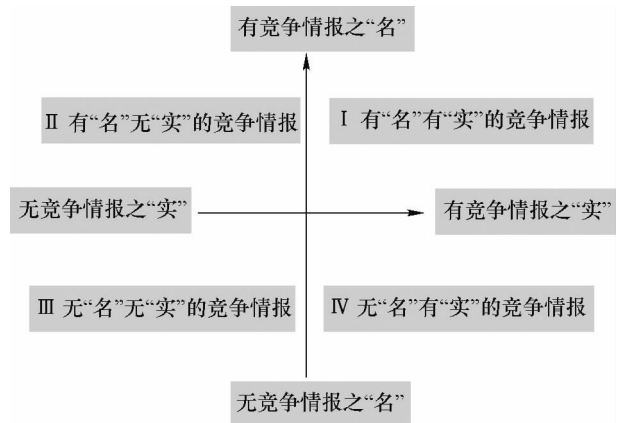


图 1 竞争情报“名”与“实”组合关系矩阵

能反映现实世界中竞争情报分布真实分布全貌的竞争情报“名”与“实”组合关系矩阵由 4 个象限构成,分别是:

象限 I: 有“名”有“实”部分。在竞争情报名号之下开展的学术研究、教育培训、软件工具提供、产品与服务提供等竞争情报工作,都属于这部分内容,这个部分是竞争情报界的主要阵地。

从竞争情报职业和行业的发展史可以知道,竞争情报是一个合理合法、公开活动的研究与实践领域,自然会有一批人员和机构在竞争情报旗下开展竞争情报实际工作,有“名”有“实”部分的存在顺理成章,而且也肯定是这个行业的主力。SCIP 在会员中的调查结果表明,虽然公开宣布自己竞争情报工作身份者不足 20%,但毕竟有约 20% 的会员公开宣布自己的竞争情报工作者身份,有“名”有“实”的部分还是客观存在的。从国内外情

况来看,以中国科学技术情报学会竞争情报分会为代表的竞争情报行业社团^[2],以德国竞争情报研究院(Institute for Competitive Intelligence, ICI)^[3]、美国富德—格拉德—赫林竞争情报学院(Fuld-Gilad-Herring Academy of Competitive Intelligence, ACI)^[4]为代表的竞争情报培训机构,以湖南省竞争情报中心为代表的竞争情报研究与服务机构^[5],以上海宝钢研究院情报中心为代表的企业竞争情报机构^[6],都是有“名”有“实”竞争情报的代表。

象限Ⅱ:有“名”无“实”部分。为了引起关注、扩大影响、扩展业务、增加收益等,以竞争情报知名开展活动,竞争情报方面的实际内容几近于无的,属于这部分内容。由于竞争情报能够吸引眼球、制造卖点,一些与竞争情报相近的业务,如软件工具提供服务等,会假借竞争情报之名,行推销非竞争情报业务之实,是这个象限内容的代表。

象限Ⅲ:无“名”无“实”部分。既无竞争情报名号、也无竞争情报实际行为的工作属于这部分内容。竞争情报只是众多学科领域的一个,很多与竞争情报关联不大的其他学科领域,是这个象限内容的代表。

象限Ⅳ:无“名”有“实”部分。没有竞争情报名号,但实际行为属于地地道道竞争情报工作的属于这部分内容。如战略规划、态势分析、预警、市场信息、产业分析、技术机会分析、投资分析、风险管理、管理咨询等,这些行为虽然没有竞争情报名号,但都是地地道道的竞争情报工作,或者是竞争情报含量很高的工作,是这个象限内容的代表。

对以上4个象限的分析可以发现,仅仅以是否具有竞争情报名号判断是否具有竞争情报实际行为,会遗漏掉竞争情报无“名”有“实”的部分,判断是否具有竞争情报实际行为的合理正确判据是据“实”判断。

根据竞争情报理论精要,以及无“名”有“实”竞争情报的共性特点,特别是从识别用户竞争情报真实需求角度出发,可归纳出根据实际行为——据“实”判断是否属于竞争情报范围,是否隐含竞争情报用户及其需求的判据。①实际需求目的。根据内外环境变化科学决策,实现决策目标,提高经济收益和投入产出、获取竞争优势、免遭损害等。②是一种服务于决策者预期目标之实际需求牵引下的信息收集分析并转化为引发实际行动的行为。③主要开展组织外部的信息收集分析工作,关于竞争者、竞争环境的信息收集分析占突出地位。④在道德法律允许的范围内开展工作。

按照据“实”判断是否属于竞争情报范围,是否隐含竞争情报用户及其需求的判据,重新审视市场竞争环境下多个领域人类活动和行为可以发现,一些领域的活动和

行为,没有竞争情报之“名”却有竞争情报之“实”,完全属于竞争情报实际行为和工作范围,并有确实的竞争情报用户需求。北大纵横管理咨询公司开展的管理咨询项目^[7]、欧洲空客飞机公司对竞争对手波音787存在缺陷的评估分析^[8]、美国阿兰·波特开展的技术机会分析^[9]、上海科学技术情报研究所肖沪卫开展的专利地图方法及其应用^[10]、中国国家商务部产业损害预警系统等^[11],都是地地道道的竞争情报工作,蕴含切实的竞争情报用户需求,是无“名”有“实”的竞争情报工作的代表。

4 基于“名”与“实”分离现象解析的竞争情报用户真实需求识别模型

既然存在无“名”有“实”的竞争情报行为,那么在存在竞争情报实际行为和需求的情况下,没有竞争情报名号,使用了其他什么名号?据“实”判据为此提供了新的视角和方法,可以从以下两个视角进行判断识别。

1) 一些具有特定内涵的信息行为往往都是实际上的竞争情报行为,都隐含对竞争情报的实际需求。这些代表性的信息行为包括但不限于以下方面:①市场信息;②商业信息;③行业信息;④产品研发信息;⑤竞争对手信息……

2) 一些需要外部信息收集分析工作支撑的功能或业务往往都是实际上的竞争情报行为,或者是竞争情报占相当分量的实际行为,都隐含对竞争情报的实际需求;这些代表性的功能或业务包括但不限于以下方面:①战略/谋略类,细分为战略、竞争战略、发展战略、谋略、策略等;②规划类;③预警类;④竞争分析;⑤市场研究;⑥产业分析;⑦技术研发与知识产权争端;⑧机会识别类,细分为技术机会识别、市场技术识别、业务机会识别等;⑨风险防范与经济安全类,风险防范、风险管理、风险控制类,产业安全、金融安全类等……

将以上两个视角具体到企业、政府部门等特定组织机构,考察其决策者在其自身工作语境下表述的一些特定信息行为以及功能和业务,可更加清晰全面地了解不同用户群体的竞争情报实际行为和需求,如表1所示。

从没有竞争情报名号情况下不同用户群体隐含竞争情报实际行为和需求的各种称谓可以发现,在现实生活中,实际竞争情报行为中,有“名”有“实”的仅仅是冰山一角,无“名”有“实”的却几乎是冰山的全部。以是否具有竞争情报实际行为——“实”为判据,结合没有竞争情报名号情况下不同用户群体隐含竞争情报实际行为和需求的各种称谓,可以构建基于“名”与“实”分离现象解析的竞争情报用户真实需求识别模型,这个模型可

表1 没有竞争情报名号情况下不同用户群体隐含竞争情报实际行为和需求的多种称谓表

不同用户群体	在没有竞争情报名号情况下, 隐含竞争情报实际行为和需求的称谓	
企业决策者	特定信息行为	市场信息; 产品研发信息; 采购信息; 投资决策信息; 行业动态……
	特定功能或业务	预警; 市场研究; 产业研究; 技术研发; 技术跟踪; 项目论证; 收购兼并; 战略制定; 标杆对比; 风险防范……
(地方/国家) 政府部门决策者	特定信息行为	市场信息; 技术信息; 行业动态……
	特定功能或业务	预警; 产业规划; 招商引资; 项目论证; 海外市场与贸易研究; 产业研究; 产业战略制定; 竞争力评估; 产业安全; 产业损害; 风险防范; 风险控制……
科研机构决策者	特定信息行为	技术信息; 科研信息; 市场信息; 行业动态……
	特定功能或业务	专利分析; 技术跟踪; 关键技术选择; 技术机会识别; 发展战略制定; 项目论证……
竞技或非竞技竞争者	特定信息行为	比赛信息; 对手信息; 资料信息工作……
	特定功能或业务	排兵布阵; 战术研究; 优劣势分析; 策略制定……
智库、咨询和信息服务机构类工作者	特定信息行为	市场信息; 技术信息; 行业信息……
	特定功能或业务	咨询(战略咨询、管理咨询、决策咨询、经营咨询、技术咨询、知识管理咨询、咨询研究等); 规划(战略规划、发展规划、竞争规划等); 经营诊断; 用户研究; 信息服务; 投资项目论证; 技术项目论证……
特定个体(如农户等)	特定信息行为	市场信息; 技术信息; 买家信息……
	特定功能或业务	了解行情; 信息服务; 投资项目论证; 技术项目论证……
……		……

形象地称为“冰山模型”, 如图2所示。

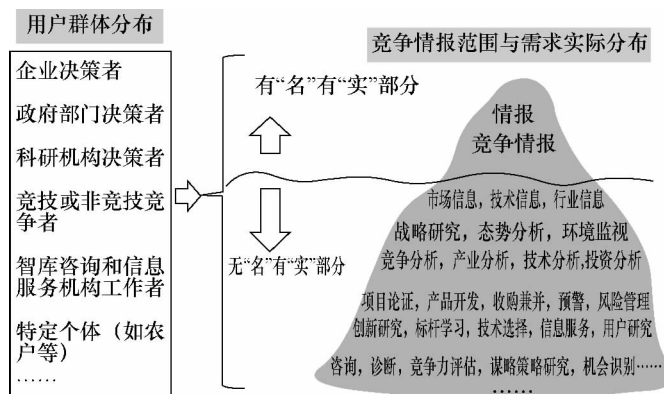


图2 基于“名”与“实”分离现象解析的竞争情报用户真实需求之识别模型——“冰山模型”

5 基于“名”与“实”分离现象解析的竞争情报用户真实需求识别模型的验证

除了已经介绍的事例外, 还可以通过其他事例对基于

“名”与“实”分离现象解析的竞争情报用户真实需求识别模型——“冰山模型”进行验证。鉴于本文的目的主要是阐释无“名”有“实”, 即“水下看不到的冰山”部分, 所以着重用这方面的事例进行验证。

笔者基于“名”与“实”分离现象解析的竞争情报用户真实需求识别模型, 遴选研究凝练了多个竞争情报案例, 如“情报准才能打七寸、盛宣怀斗垮胡雪岩”、“竞争情报利器在, 成就全球代工王”、“无情”南美买铁矿, 结果“‘无情’变‘噩梦’”等。部分案例在《中欧商业评论》的《下一场战争是情报》一文中有所介绍^[12]。该文发表后, 受到关注和好评, 被多个网站转载。

湖南省科学技术信息研究所领衔开展竞争情报示范工程时, 曾到一家著名茶叶企业进行需求调研, 该企业老总强调茶叶行业和市场信息对企业经营决策具有极端重要性, 并形象地表述为“信息不畅, 盲人摸象”, 用据“实”判断竞争情报盘踞进行判断不难发现, 这位老总所说的行业信息和市场信息就是地地道道的竞争情报^[13]。后来, 这家企业成为湖南省茶叶行业竞争情报示范基地企业。

为了解北京市服务外包企业开拓国际市场存在的竞争情报问题, 笔者对主管服务外包的政府部门、行业协会和部分企业高管进行访谈。访谈过程中发现, 北京市服务外包企业普遍存在将“信息”等同于“情报”的情况, 按照据“实”判断竞争情报范围和需求的判据, 透过“名”与“实”的分离表象, 了解到了北京市服务外包企业开拓国际市场的竞争情报真实需求和存在问题^[14]。

2009年3月举行的全国人大代表座谈会上, 时任国务院副总理王岐山参加了湖南省人大代表团的讨论。面对三一重工代表提出的希望国家为企业开展海外并购提供资金支持, 王岐山“泼了冷水”, 并说“如果不能知己知彼, 这种信心让我害怕”。按照据“实”判断竞争情报范围和需求的判据可以发现, 王岐山非常懂竞争情报, 并强调企业走出开展收购兼并一定要具备相匹配的竞争情报能力^[15]。

2011年2月28日, 白春礼就任中国科学院院长。上任伊始, 便审时度势, 按照中国科学院的定位, 围绕国家重大战略需求, 瞄准世界科技发展前沿, 谋划中国科学院在新形势下的发展战略。2012年1月, 白春礼宣布在中国科学院推进实施“一三五”战略规划^[16]。按照据“实”判断竞争情报范围和需求的判据可以发现, 中国科学院“一三五”战略规划是个地地道的竞争情报产品, 以白春礼为代表的中国科学院顶层领导既有强烈的竞争情报意识, 也是对竞争情报需求强烈的高端用户。

胡建党是北京市大兴区庞各庄镇王场村的一名大学生村官,曾获全国农村青年致富带头人、北京青年五四奖章、北京市优秀大学生村官等荣誉称号。按照据“实”判断竞争情报范围和需求的判据可以发现,胡建党带领村民收集信息、遴选蘑菇、西瓜、特色种植等项目,开拓市场的过程^[17],是地道道的竞争情报过程,也是对竞争情报有需求的用户。

以上代表性事例验证了基于“名”与“实”分离现象,解析的竞争情报用户真实需求识别模型——“冰山模型”的正确性。

可以发现,据“实”判断竞争情报范围和需求,可以发现大量无“名”有“实”的竞争情报领域和行为。企业决策者、政府官员、科研机构决策者、个体农户等,很多行为是地道道的竞争情报行为,很多情况下,他们也都是对竞争情报存在真实需求的用户群体。

6 基于“名”与“实”分离现象解析的竞争情报用户真实需求识别模型的意义

竞争情报是典型的应用型学科,用户需求的力量对于学科发展具有决定性力量。在学术活动层次,根据是否具有竞争情报名号开展相关工作是中规中矩的常规性做法。但是,在识别用户真实需求方面,仅仅根据是否具有竞争情报名号开展相关工作,则现在存在明显的缺陷。反之,将视野扩展至那些没有竞争情报之“名”,却有竞争情报之“实”的领域,则往往别有洞天,顿有天开地阔、跃升到新一重境界之感:原来在现实世界里,企业决策者、政府官员、科研机构决策者和科研人员、高校等教育机构决策者、竞技或非竞技竞争者、渴望脱贫致富的农户、报纸杂志等文化机构决策者、行业社团决策者等,都有竞争情报需求。普遍开展无“名”有“实”的竞争情报行为活动?然也!竞争情报用户分布竟如此之广、需求如此之多之大!如果问哪些组织机构需要竞争情报,不如问哪些组织机构不需要竞争情报。

基于“名”与“实”分离现象解析的竞争情报用户真实需求识别模型,可以帮助竞争情报工作者改进认知、消除盲区、拓宽视野,超越仅仅盯着“竞争情报”这个字眼开展研究与服务的局限,更全面真实了解竞争情报的存在范围、用户分布和需求情况。这对于更好理解社会对竞争情报的需求,更好认识竞争情报能够发挥作用的领域,更好开展竞争情报研究与服务工作,有切实的参考意义。本文虽然围绕“竞争情报”立论阐述,但研究视角、过程和结论对于和竞争情报相近相似的其他应用型学科领域,如情报与信息服务、情报研究与咨询等,也有参考价值。□

参考文献

- [1] Strategic and Competitive Intelligence Professionals. About SCIP [EB/OL]. [2013-12-25]. <http://www.SCIP.org>.
- [2] [2013-12-25]. <http://www.scic.org.cn/about/index.htm>.
- [3] The institute for competitive intelligence. about ICI [EB/OL]. [2013-12-25]. <http://www.institute-for-competitive-intelligence.com/about-ici>.
- [4] The fuld-gilad-herring academy of competitive intelligence. About ACI [EB/OL]. [2013-12-25]. <http://www.academy-ci.com/About>.
- [5] 史敏,肖雪葵.湖南省竞争情报中心工作方法研究[J].图书情报工作,2009,53(2):91-95.
- [6] 张译中.一个世界500强企业的竞争情报工作[J].图书情报工作,2007,51(11):14-16.
- [7] 陈峰,梁战平.竞争情报与战略管理[M].北京:科学技术文献出版社,2004:214-230.
- [8] Burkhard DOMKE. Boeing 787 lessons learnt [EB/OL]. [2013-12-25]. <http://www.planebusiness.com/buzz/airbus2>.
- [9] Georgia Tech Technology Policy & Assessment Center. Innovation forecast of fuel cells (April 1998) [EB/OL]. [2006-03-15]. <http://www.tpac.gatech.edu/fuelcell/index.php>.
- [10] 肖沪卫,等.专利地图方法与应用[M].上海:上海交通大学出版社,2011:1-564.
- [11] 中华人民共和国商务部.商务部关于进一步加强产业损害预警工作的指导意见[EB/OL]. [2013-12-27]. <http://www.mofcom.gov.cn/aarticle/b/g/200506/20050600113675.html>.
- [12] 陈峰.下一场战争是情报[J].中欧商业评论,2011(7):65-69.
- [13] 郑彦宁,陈峰,赵筱媛.赴湖南省调研竞争情报普及工程开展情况的若干发现[J].情报学报,2009(1):155-160.
- [14] 陈峰,郑彦宁,赵筱媛.北京市服务外包企业开拓国际市场存在的竞争情报问题及对策建议[J].中国科技论坛,2011(4):86-90.
- [15] 黄水牛.王岐山的“冷水”与中国企业“走出去”[EB/OL]. [2013-12-27]. http://views.ce.cn/main/yc/200903/11/t20090311_18457952.shtml.
- [16] 白春礼.出成果出人才出思想,开创“创新2020”新局面——在中国科学院2012年度工作会议上的报告[EB/OL]. [2013-12-27]. http://www.cas.cn/zt/hyzt/2012ndgzhzy/zyxw/201201/t20120116_3428393.html.
- [17] 赵健铮.大学生村官胡建党的成长轨迹[EB/OL]. [2013-12-17]. http://www.cyol.net/zqb/content/2010-04/16/content_3185921.htm.

作者简介:陈峰,男,1965年生,博士,研究员。

收稿日期:2014-02-21