

基于“情报+”模式下产业竞争情报价值的 实现机理研究

——以电子信息产业为例

张焱 邢新欣

(北京市电子科技情报研究所 北京 100009)

摘要:[目的/意义]通过分析引入“情报+”模式,探索新时代的情报内涵与情报服务,并以电子信息产业为例,研究产业竞争情报的价值实现机理,为产业竞争情报助力产业发展提供参考。[方法/过程]以产业竞争情报解决实际问题的原因为着手点,在相关文献调研的基础上,对情报的内涵进行界定;通过对产业竞争情报领域的研究成果进行定量与定性分析,发现现存问题,并对“情报+”的内涵与应用进行深入分析,提出产业竞争情报价值实现机理的研究是提高产业竞争情报价值的关键要素;以电子信息产业为例,对产业竞争情报作用机理进行分析与总结。[结果/结论]基于“情报+”构建情报生态圈可以有效解决信息不对称问题,在该模式下,产业竞争情报价值实现机理的研究有利于竞争情报从业者更好地识别用户需求,提供优质服务,及时响应新情景。

关键词:情报+; 产业竞争情报; 电子信息; 作用机理

中图分类号:G350

文献标识码:A

文章编号:1002-1965(2021)09-0065-08

引用格式:张焱,邢新欣. 基于“情报+”模式下产业竞争情报价值的实现机理研究[J]. 情报杂志,2021,40(9):65-72.

The Value Realization Mechanism of Industrial Competitive Intelligence Based on The "Intelligence +" Model: Taking the Electronic Information Industry as an Example

ZhangYan Xing Xinxin

(Beijing Institute of Electronic Information, Beijing 100009)

Abstract: [Purpose/Significance] Through the analysis of the "intelligence +" model, This paper explores the intelligent content and intelligence services in the new era, and takes the electronic information industry as an example to study the value realization mechanism of industrial competitive intelligence, and provides references for industrial competitive intelligence to advance the development of the industry. [Method/Process] Starting from the reason of solving practical problems by industrial competitive intelligence, the connotation of intelligence is identified based on relevant literature research; through quantitative and qualitative analysis of research results in the field of industrial competitive intelligence, existing problems are found, and In-depth analysis of the connotation and application of 'intelligence +', proposes that the research on the realization mechanism of industrial competitive intelligence value is the key element to improve the value of industrial competitive intelligence; taking the electronic information industry as an example, analyze and summarize the mechanism of industrial competitive intelligence. [Result/Conclusion] Building an intelligence ecosystem based on "intelligence +" can effectively solve the problem of information asymmetry. Under this model, the research on the mechanism of realizing the value of industrial competitive intelligence is conducive to competitive intelligence practitioners to better identify user needs, provide quality services, and building an intelligence ecosystem based on "intelligence +" can effectively solve the problem of information asymmetry. Under this model, the research on the mechanism of realizing the value of industrial competitive intelligence is conducive to competitive intelligence practitioners to better identify user needs, provide quality services, and respond to a new situation.

Key words: intelligence +; industrial competitive intelligence; electronic information; mechanism of action

0 引言

从20世纪90年代开始,电子信息产业的增速就超前于国民经济的发展,成为我国抢占国际经济制高点的重要引擎。进入21世纪后,在全球互联网大潮的推动下,我国电子信息产业出现了一些新趋势,即产业的发展从重规模、速度,向注重质量、效益,鼓励自主创新、提高产业的国际竞争力的方向转变。在新一轮科技革命和产业变革中,电子信息产业是重点领域,在国民经济和社会发展中的战略性、基础性和先导性地位更加突出。但是,在这一转变过程中,也暴露出该产业存在的一些问题,即产业的规模大而不强、内部结构处于较低水平、核心技术创新能力落后于发达国家等。我国各级政府也力图从产业内、外部找到着力点,提升产业整体质量。基于这一背景,北京市电子科技情报研究所在40年的以情报服务政府、产业、企业及其他相关机构的历程中,逐渐摸索出了“情报+”的服务模式,在解决电子信息产业实际问题方面发挥了重要作用,得到了服务对象(政府、行业组织、企业、科研机构、教育机构等)的高度认可。基于此,本文以北京市电子科技情报研究所多年的实践出发,尝试利用“情报+”模式对电子信息产业竞争情报价值实现机理进行分析。

1 研究综述

1.1 问题的提出 产业竞争情报对于产业发展的作用得到越来越多的重视,但其价值实现机理却鲜有研究探讨。正如胡笑梅^[1]在研究中指出,现有的研究成果回答了如何应用产业竞争情报解决产业实际问题,而对于更深层次的产业竞争情报为什么能够解决

该类问题的理论性探讨却很少,缺乏深入阐释产业竞争情报作用机理的研究。鉴于此,本文尝试以电子信息产业为例,在“情报+”模式下探讨产业竞争情报的价值实现机理。此外,笔者在长期为电子信息产业相关政府部门、行业组织、教育机构、科研院所、企业等提供服务的过程中,也需要对相关工作经验、教训进行总结与升华,这也有利于日后笔者及其团队更科学、更高质量、更高效地满足客户对产业竞争情报的需求,将实践工作与理论探究形成更加良性的循环与互动。

1.2 概念的界定 陈峰^[2]认为,情报研究与竞争情报有明显的区别,从服务对象看,情报研究的服务对象主要是政府决策部门,而竞争情报的服务对象主要是企业;从研究层次范围看,情报研究多属中观和宏观层面的研究,而竞争情报多为中观和微观层面的研究;情报研究几乎不做竞争对手分析业务,而竞争对手分析是竞争情报的核心内容;情报研究主要依靠公开出版的文献,而竞争情报除利用公开文献外,还大量倚重非文献情报源,如通过人际交往获取信息;情报研究课题的时限一般很长,竞争情报任务时限很短。

陈峰从不同维度划定了情报研究的界限,情报研究和竞争情报有一定联系,但也有显著区别。在笔者的工作实践中,特别是集成电路产业领域的情报研究与竞争情报研究,在研究对象、研究层次、研究内容、研究途径等方面,不仅仅出现了交叉,甚至部分界限在逐渐模糊(见图1)。政府对情报研究的需求不断向竞争情报领域扩展,而企业对竞争情报的需求不断向情报研究延伸。在学术界看来,情报学虽然已经发展成为自然科学、技术科学和社会科学的交叉学科,但情报学应该有自己的核心研究内容和研究方法,对此梁占平^[3]进行了详细的辨析。

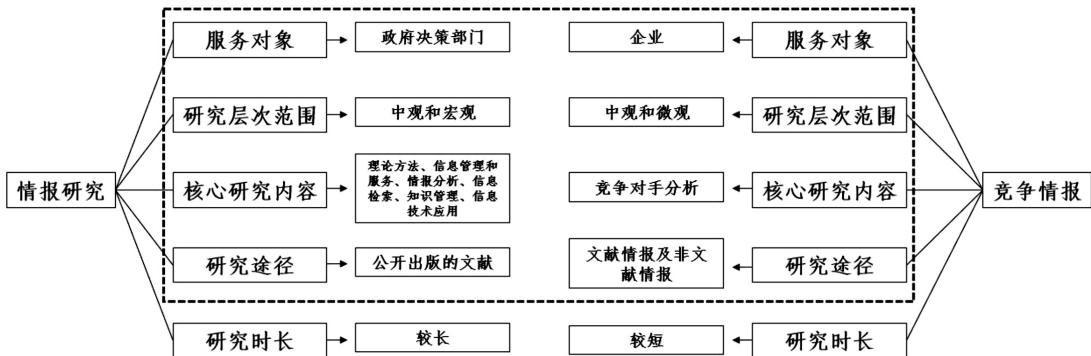


图1 情报研究与竞争情报界限示意图

在情报研究跨学科、跨领域交叉融合及内部分支领域界限模糊的情况下,传统的情报研究模式显然不能满足客户不断发展变化的新需求,同时也难以解释其在产业竞争情报价值实现过程中的机理。因此,笔者提出“情报+”模式,一方面可以解释电子信息产业领域情报研究与竞争情报之间不断交叉融合的现象,

另一方面也希望通过这一概念,引起学界专家和学者的探讨,从而不断完善这一模式,进一步指导笔者在电子信息产业领域的产业竞争情报工作。

有关产业竞争情报价值实现机理方面的研究成果并不多,为了便于分析,本文从定量和定性两个方面对相关研究成果进行描述。立足于本文的主要研究内

容,定量分析可以让研究成果的相关特点及存在问题更为“直观”的呈现,定性分析则可以深入存在问题的领域。

1.3 研究成果定量分析 对产业竞争情报领域的研究成果定量分析可以看出我国产业竞争情报的研究现状、发展特点,以及存在的问题。笔者从发文量,学位论文,研究层次,研究机构,期刊分布,作者分布这六个方面进行探析。

发文量:在一定用稿标准的前提下,发文量在很大程度上能够反映某个研究领域的研究水平与发展成熟度。本文以“产业竞争情报”为检索词,在中国知网中进行检索,时间从2009年至2020年12月7日,共检索出138篇期刊相关文献,去掉重复论文1篇、题录类9篇、专题序言1篇、征稿启事1篇、培训及会议通知4篇,期刊文章共122篇(见图2)。从图2可以看出,自2010年以后,以“产业竞争情报”为主题的期刊文献发文量每年维持在10篇左右。但2014年的发文量突然增加,因为2014年是中国竞争情报发展重要的一年——中国竞争情报发展20年,竞争情报界组织了一系列活动,一方面总结20年的发展历程,一方面促进产业竞争情报的发展。

这122篇文献,总文献参考数为857,总被引数为

1211,总下载数49 061,篇均参考数为7.02,篇均被引数9.93,篇均下载数402.14,下载被引比0.02。从上述数据可以看出,产业竞争情报的研究成果从数量到“质量”(被引情况)仍然较为偏低。

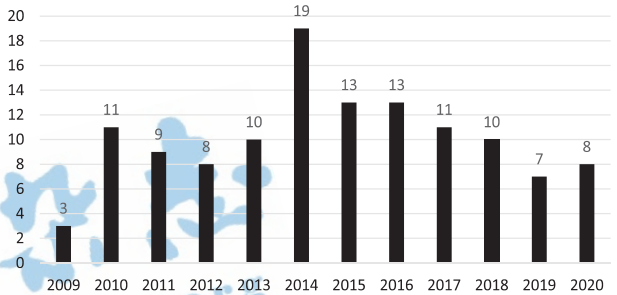


图2 2007-2018年期刊文献年度发文量(单位:篇)

学位论文:选取硕博学位论文作为本文定量分析的一个维度,主要原因是竞争情报具有“情报+”的属性,很多硕博论文是在相关领域(如知识管理,国际关系,信息组织等)进行扩大化研究,竞争情报是其研究内容的一部分。在这一过程中,“情报+”实际上赋能了其他学科。在中国知网中可以查到的“产业竞争情报”硕博论文共10篇,其中仅有一篇是博士学位论文,其余均为硕士学位论文(见表1)。从学位论文上看,“产业竞争情报”相关成果比较薄弱,这也是“情报+”基础研究探索较少的原因之一。

表1 “产业竞争情报”硕博论文研究情况

中文题名	作者	学位授予单位	数据库	学位授予年度	被引次数
湖南省产业竞争情报服务研究	刘素华	湘潭大学	硕士	2008年	25
基于半导体产业的产业竞争情报研究	钟娱	华东师范大学	硕士	2010年	14
区域产业竞争发报系统构建及优化究	史敏	中南大学	博士	2011年	4
基于产业竞争情报的我国风电产业竞争策略研究	张佳丽	东北师范大学	硕士	2011年	7
我国图书出版行业的产业竞争力研究	唐满艳	东北师范大学	硕士	2012年	8
医药产业竞争情报协同服务体系构建及其运行机制研究	何伊日桂	吉林大学	硕士	2015年	6
基于产业竞争情报的云南省竹产业发展方向选择研究	刘俊卿	云南大学	硕士	2015年	3
福建省软件产业竞争情报服务现状与优化策略研究	王海霞	福建师范大学	硕士	2015年	4
安徽省战略性新兴产业竞争情报服务模式研究	刘帅	安徽财经大学	硕士	2016年	0
基于生态系统的产业竞争情报研究	游雪雯	苏州大学	硕士	2017年	0

学科分布:在本次统计的研究成果中,约有87.7%归类在信息科学领域,60.66%归类在经济与管理科学领域,10.66%归类在工程科技Ⅱ辑,仅有9.02%归类在基础科学领域。这也侧面反映出,产业竞争情报的整体研究呈现出“两头小,中间大”的特点,即在基础研究和应用层面没有形成较为完善的研究体系和应用指导,大多数研究成果是基于具体且分散的产业的分析。这也从侧面反映出“情报+”的实际运用仍有待加强。产业竞争情报的研究层次在工程科学领域有一定体现,主要得益于一些行业专家兼顾了情报专家的工作。这就是为什么笔者所在团队从团队建设理念到具体工作实践一再强调“情报+”需要跨学

科研究,坚持把不同学科的人才吸引到队伍中来。这一点在笔者2017年发表的论文中^[4]就进行过探讨,竞争情报服务越来越强调专业性,要求竞争情报服务机构不仅仅在竞争情报领域专业,而且要包括被服务客户的产业领域。彼时笔者虽然并没有构建起“情报+”的概念,但已经意识到竞争情报及与产业相关学科两者兼备的重要性。笔者也开始沿着这一方向进行实践与探索。

研究机构:对“产业竞争情报”进行研究的机构约有39家,但研究成果较为集中。中国科学技术信息研究所、湖南省科技信息研究所的发文量位居前两名,分别为33篇(占比27.05%)、12篇(占比9.84%)。中

国科学技术信息研究所是我国情报学研究的重要机构,也是权威机构,而湖南省科技信息研究所是产业竞争情报研究领域实力较强的地方研究机构。其他研究机构的研究成果少并非研究的少,很大程度上在于可以公开发布的研究成果少。以笔者所在机构的研究情况为例,笔者所在机构(研究岗位总人数维持在10-15人)每年承接电子信息领域企业委托的竞争情报课题不少于10项,这些委托课题均需签订保密协议,研究成果几乎不能公开。笔者曾经做过这方面的尝试与探讨^[5],但需要隐去大量信息,特别是数据信息。隐去这些信息后,整个文章从研究层面进行论述时就增加了难度,且并不利于文章的发表。这一情况在服务政府客户时有过之而无不及,特别是笔者及所在团队常年服务政府委托的电子信息产业方面情报、竞争情报等业务,更是政府要求保密的重点领域。这也许是部分研究机构成果相对较少的原因之一。

期刊分布:《情报理论与实践》杂志以“产业竞争情报”领域总发文量18篇(占比14.75%)高居榜首。该期刊的办刊宗旨就是探索情报理论,服务情报实践,引领学术前沿,推动学术争鸣,跟踪学科热点,普及学科知识,其特色是理论联系实践。其余发文量较大的期刊为《情报杂志》《图书情报工作》《竞争情报》《情报科学》等,发文量分别为17篇、13篇、10篇、9篇。核心刊物与地方刊物在推动“产业竞争情报”理论研究、学术交流、成果推广等方面发挥了不可替代的作用。

作者分布:对“产业竞争情报”有过研究的人员至今已有40余人。其中,陈峰以22篇(占比18.03%)的发文量居于榜首。

从上述研究成果的定量分析上看,“产业竞争情报”每年产出成果的数量比较稳定,产出机构偏向研究院所,企业和行业组织在这方面出现角色缺失。在这一点上,日本显然是值得我们学习的。日本的企业(公司)有强烈的竞争情报意识,日本企业家把信息看成企业的生命线,纷纷建立起自己的竞争情报部门,与综合商社、政府机构相呼应,在竞争情报活动上取长补短^[6]。即便是日本的中小企业,日本政府通过在全国设立的中小企业支援中心或中小企业情报中心等机构提供各种技术、管理、市场情报服务,在其他机构的辅助下为中小企业提供全方位的竞争情报服务^[7]。我国这一现象出现的原因包昌火^[8]等学者做过详实的研究,主要与我国的情报定位(各级情报机构积极尝试从信息服务向决策服务回归,积极参与智库建设)、人才培养密切相关。

1.4 研究成果定性分析 张志华等^[9]提出,竞争情报价值的实现必须包括竞争情报自身内在价值的转化

和竞争情报使用价值的转化两个环节。竞争情报的价值并不能直观显示出来,而是通过其对企业战略决策的智能支撑作用、对企业日常经营管理的直接指导、实现经济利润最大化等方式显现。这实际上从企业角度,分析了竞争情报价值实现机理,并构建了竞争情报价值转化模型。这为本文探究产业竞争情报价值实现机理提供了一种范式借鉴。

曹如中^[10]在研究中利用文献研究与理论推演,提出竞争情报的价值是在给企业进行战略决策参考中实现的,而企业战略决策与竞争情报之间的有效互动则是竞争情报价值链得以提升的推手。这一研究成果为本文所要讨论的问题提供了“价值链”视角与经验。

张清海^[11]则从企业竞争情报组织架构出发,明确了不同竞争情报组织架构下实现企业竞争情报价值最大化的途径。本文认为,这对企业情报部门具有较强的实践指导价值。

上述竞争情报专家均基于企业视角,探索竞争情报价值实现机理。

郑彦宁等^[12]认为,产业竞争情报的核心作用体现在辅助企业竞争情报各个环节,并提供支撑。产业竞争情报的作用方式是从企业外部为企业的各类支持、辅助企业竞争情报活动开展的活动支持。这是从企业的角度,对产业竞争情报的作用机理进行了分析,补充和丰富产业竞争情报理论。

王磊等^[13]基于系统动力学,对竞争情报分析中的各干扰因素进行仿真分析,旨在提升企业的竞争情报体系水平。王磊等人的研究虽然基于企业竞争情报的视角,但对分析产业竞争情报的干扰因素有借鉴意义。

曹如中等^[14]认为,竞争情报是企业现代竞争中进行战略决策不可或缺的重要支撑工具。他们的研究从竞争情报服务战略决策的视角出发,探讨了竞争情报的价值体现,包括在战略决策中的数据支持作用,在经营管理中的智囊作用,在市场开拓中的导向作用,在产品推广中的警示作用,在技术创新中的参谋作用等。曹如中等人的研究表明,无论是从理论上,还是在实践中,竞争情报的服务过程与战略的决策过程有很高的契合度,两者应该有更好的融合,而事实并非如此,特别是产业竞争情报也存在这一个问题。

陈峰^[15]对产业竞争情报的整体研究情况做过总结,截至到目前,产业竞争情报理论方法的基本框架体系已经初步建立,但是,产业竞争情报是用户需求牵引的研究领域,已经取得的研究成果只是一个高增长领域的阶段性成果,还有很大的增长空间。

本文认为,产业竞争情报的增长空间恰恰取决于产业竞争情报价值该如何不断实现和提升,这就需要我们不断探讨不同产业、不同地区、不同需求、不同服

务对象下,产业竞争情报价值实现的机理。

2 “情报+”概念的提出

情报研究的跨域性特点是学术界的共识,梁春华等人^[16]提出情报科研与情报研究工作的创新方式有“1+1”和“1+N”模式,跨多学科或领域中的任一个进行的创新,称为1+1模式,跨多学科或领域的多个进行的创新,称为1+N模式。笔者非常认同这一提法,这也是经典的情报模式。但这一模式的基础是以情报学科为核心,实质上是其他学科赋能了情报学科,而能够实现这一赋能过程的几乎是情报学专业出身的人员。在这一前提下,情报模式也适用于竞争情报的研究。但是,在笔者的研究与实践中有两个问题无法用情报模式解决。

其一,情报研究与竞争情报界限模糊。前文已经提出,原本存在明显界限的情报研究和竞争情报,在服务对象、研究层次、研究内容、研究途径等方面,不仅仅出现了交叉,甚至部分界限在逐渐模糊。这是笔者在实践中切实感受到的一点。此外,从包昌火^[17]等学者的研究中可以看到,从理论层面,竞争情报学科与军事学、经济学、管理学和情报学等密切相关,是这些学科相互交融的结果,因而是一门相对独立的横断学科。情报学与竞争情报有交叉,但界限的模糊并不仅仅是因为交叉引起的。

其二,专业性问题。笔者及所在团队服务政府和企业过程中发现,情报学专业出身的研究人员在服务企业竞争情报过程中并无显著优势,甚至会出现企业质疑研究人员专业性的情况。这里的专业性并非指情报学的专业性,而是被服务客户所属产业的专业性。鉴于此,自2018年起,笔者开始对所在团队进行人员专业结构和培训内容的调整,对非情报专业的研究人员进行情报学领域通用研究方法的强化培训,研究人员用情报学赋能自身专业或领域,在这一前提下,再去响应政府和企业对情报、竞争情报融合的需求。如此一来,取得最直观的收效就是服务对象对笔者所在团队专业性(竞争情报及背景专业)的普遍认同,因为这类研究人员能够较为准确地理解并满足服务对象的需求,具备专业技术背景并得到情报学“加持”的情况下,这类研究人员普遍能够高质、高效地满足企业客户需求,而这样的研究人员在高校、专业科研机构、咨询公司较难培养出来。这一过程恰恰是情报学赋能其他学科或领域的过程,而且是由非情报学专业出身的人员完成,这与情报模式相反。

综上,从情报研究与竞争情报边界模糊,赋能主体与赋能对象位置对换,完成赋能过程主体差异等方面出发,笔者提出“情报+”模式。

2.1 “情报+”的内涵 “情报+”的内涵可以从以下两个维度进行阐释。维度一,新技术如人工智能、大数据等的发展,为情报学带来了机遇,这些前沿技术加上多学科赋能了情报学。笔者认为这是“情报+”的第一层内涵,即情报学被前沿技术和多学科赋能,笔者称之为“+情报”,这一内涵与情报模式的内涵是一致的。笔者认为情报模式是实现“情报+”模式的理论根基;维度二,在提供咨询服务实践过程中,情报学为咨询服务提供了新视角、新方法、新应用。笔者认为这是“情报+”的第二层内涵,即情报学赋能咨询服务实践,笔者称之为“情报+”。

概括起来,“情报+”是情报与情报服务中全要素相互赋能的过程,让情报与相关要素进行深度融合,创造新的服务生态。在笔者及所在团队的多年服务实践中,我们认为“情报+”除了具备情报模式的特征为,还具备自身独有的特征:

一是功能延伸。这里的功能延伸是指通过“情报+”,可以实现情报机构与智库在部分功能上互相延伸。事实上,随着咨询服务需求的日益增长,国内外的情报与智库在机构建设上逐步呈现出一体化发展趋势^[18]。在“情报+”模式下,能够解决客户眼中“专业性问题”。

二是开放生态。鞠英杰,游雪雯^[19]在生态系统理论框架下,构建了基于产业生态系统的竞争情报分析模型。基于这项研究的启示,笔者认为,生态也应该成为“情报+”的重要特征之一,而生态的本身就意味着开放。我们推进“情报+”,其中一个重要的方向就是要把过去制约创新的环节化解掉,把孤岛式创新连接起来,并将官、产、学、研、用各方也连接起来,进而为解决企业和行业组织在竞争情报研究方面角色缺失的问题探索一条适合的道路,逐渐形成一个开放、健康、创新的“情报+”生态圈。

2.2 “情报+”的应用 “情报+”的应用与其内涵紧密相关。“情报+”的应用非常广泛,正因如此,我们才能基于“情报+”构建一个开放、健康、创新的生态圈。以下则以笔者的实践案例为核心,具体说明“情报+”的应用及所达到的效果。

案例1:情报+企业管理——某北京市属国企转型升级战略

企业的情报机构(目前大多数企业的情报机构及其部分职能由市场部门实现)获取所在行业或领域的竞争情报也并非易事,何况企业需要获取跨界竞争情报,目标是为自身打造“适合”的转型发展战略。如果从管理学角度,我们可以用很多方法入手,包括“对标管理”。但对标的前提是找到标杆企业。本案例的企业无法确定标杆企业的原因在于,该企业是北京市属

的国有控股房地产企业,需要进行转型升级,目标领域不确定。

在长期的企业竞争情报服务实践中,我们发现,企业在战略调整特别是转型发展的战略咨询中,非常重视三类企业的战略情报搜集工作:一是与本企业类似的企业;二是目标转型行业内的企业;三是其他向目标转型行业发展的企业。而这三种关联性企业的第一种和后两种又存在一个逻辑递进关系,即在对“与我类似”的对标样本企业进行定向情报搜集和统计分析后,才能确定战略转型的大方向,进而研究“目标转型产业从业企业”和“其他向目标转型产业发展的企业”。在本案例中,“对标”的关键是对“与我类似”企业的情报搜集和统计分析。

如何确定类似企业?在长期的实践中,我们总结,可以通过三个层次的变化来进行梳理:

第一个层次:划一个大的范围,类似企业应该限定于历史和近期、国内和国外的同业企业,这样才有可比性,当然在为业务主要聚焦于国内且产业历史相对较短的企业服务时,我们也可以聚焦在国内同业企业;

第二个层次:以客户企业的性质缩小范围,例如上

市与非上市、国有或混合所有或民营等;

第三个层次:以客户企业的主要业务所在地域缩小范围。

确定“与我类似”的企业名单后,我们就需要依托竞争情报获取手段,搜集相关企业在现有产业经营状况、是否有转型计划、转型方向及策略、转型动作及结果等方面的竞争情报。

结合内部自身条件与外部实践经验的分析,是找到可能的转型方向的重要方法:如图3所示,我们在为一家企业进行企业发展转型战略分析时,首先对该行业的上市企业(样本企业1和样本企业2)做共性分析,形成该行业上市企业的发展转型线路图(共性方向1);其次是对该行业非上市企业(样本企业3和样本企业4)做共性分析,总结该行业非上市企业的转型路径(共性方向2);第三是对该企业所在地的业内企业做共性分析(样本企业5和样本企业6),探索同区域企业的战略转型选择(共性方向3)。基于不同的维度,将不同类型的样本企业加以区别讨论,得出不同类型企业在转型升级时的发展方向选择。

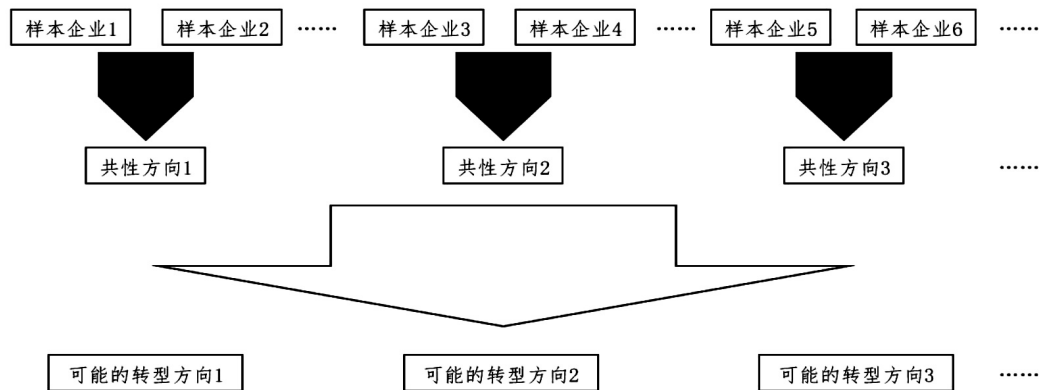


图3 “对标”流程示意图

在具体实践中,我们的客户企业是一家全国排名在200~300位、A股上市的、主要业务分布于北京市的国有控股的房地产企业。因此,笔者首先选择对国内前500位的房地产企业进行战略情报搜集,再对A股上市的房地产企业进行梳理,然后对A股上市且主要业务分布在北京市的房地产企业进行梳理,最后,重点研究主要业务分布在北京市的国有控股房地产企业,这样我们得出以下数据统计:

第一,客户的同类企业的发展战略选择。非上市的房地产企业90%仍然坚持单一的房地产业态,而上市的房地产企业95%选择多元化发展道路,甚至部分企业向“+房地产”方向转型。

第二,选择转型的同类企业的转型目标。选择转型发展的房地产企业中,转型目标(含多元化发展)聚焦在金融(95%)、文化创意(80%)、健康养老(70%)、

体育(50%)、能源产业(30%)和科技产业(不到10%)。

第三,同类企业在相同地区的产业布局。A股上市且主要业务分布在北京的房地产企业的转型方向全部聚焦在金融、文化创意、健康养老和体育;主要业务分布在北京市的国有控股房地产企业的转型方向也都全部聚焦在金融、文化创意、健康养老和体育。

而我们的客户企业,从主营业务(房地产)上看,在健康养老方面存在发展基础;从下属企业的业务构成上看,存在发展文化创意产业的业务基础;从企业历史渊源上看,又与体育产业有着一定联系;从企业运营及资金链上看,不具备发展金融产业的基础。

综合上述分析,笔者为客户企业确定了“十三五”期间向健康养老和文化创意产业延伸,“十四五”向房地产、健康养老、文化创意、体育多元化发展道路挺进

的战略转型总体方向。

笔者选择了文化创意、健康养老、体育产业内的前30家企业,同时也选择了50个历史和近期向此三个产业转型的案例,形成完整的对标样本企业库。

笔者从客户企业自身基础、竞争环境、盈利模式、发展思路等方面与对标样本企业进行了比较、分析、判断,基于健康养老、文化创意和体育产业的细分领域,确定了影视演艺、会展、文化旅游、众创空间、体育赛事运营、文创产业园区等六大可行的具体方向,现有业务拓展、股权投资和合资经营等三种实施路径,演艺知识产权、线上平台、演艺内容制作公司、会展/演艺/商务旅游融合、文化旅游区、线上旅游品牌、特色众创空间、承接大众体育赛事、体育赛事运营公司、合资建设文创产业园区等10个具体的可行性方案。

在本案例中,对竞争情报的搜集与分析,不仅基于行业的龙头企业,还要关注与客户企业类似的企业以及与客户企业同地区的企业,以恰当的维度对这些企业进行分别、分类研究,最后结合客户企业自身的基础条件,为企业的需求提供客观、科学、可行的方案,避免方案在企业实践中的“水土不服”。笔者在本案例中,用“情报+”模式,解决了企业“对标”不确定性问题,即情报学赋能其他专业技术领域。同时,用“情报+”模式解决了企业客户在房地产、健康养老、文化创意、体育等产业的发展定位及转型路径。

案例2:情报+政策制定——某政府部门制定传感器产业发展政策

在前文中已经提到,情报研究主要服务于政府决策部门,研究层次范围以宏观和中观为主,核心研究内容包括理论方法、信息管理和服务、情报分析、信息检索、知识管理、信息技术应用,研究途径为公开出版文献。但涉及电子信息领域的政府决策部门,在制定产业政策时,情报研究远不能满足制定政策的需求,政府决策部门需要大量的“竞争情报”。这里的竞争情报有立足企业视角的竞争情报,也有立足政府视角的国家/地区/省际竞争情报,研究层次范围包括宏观、中观、微观。究其原因,这与电子信息产业整体特点有关——技术和资金密集,创新和风险并存;固定成本高,可变成本低;研制开发投资高,生产制造成本相对较低;需求方规模经济效应突出;用户成本锁定;对标准的高度依赖;高渗透性。本案例的“主角”传感器产业不仅具备电子信息产业的整体特点,还有其自身特殊之处,即基础、应用两头依附;技术、投资两个密集;产品、产业两大分散。这导致政府决策部门难以找到政策的着力点,精准施策也就无从谈起。

在这种情况下,情报研究已经无法满足政府决策部门的需求,政府决策部门不仅需要产业竞争情报,也

迫切需要了解相关企业竞争情报。站在政府决策部门的角度,情报研究与竞争情报之间的界限不仅交叉,甚至在制定传感器产业政策时,政府决策部门对竞争情报的需求远远多于情报研究,研究途径也以非文献情报为主。在这类政策制定中,“情报+”模式更能够满足政府决策部门对情报的需求。

在具体实践中,我们的政府客户是某市政府,该市传感器产业链呈现出两头强,中间弱的特点,即研发设计与应用强,制造环节相对弱。如果按照常规思路,通过政策强化制造环节,就会出现制造出来的产品无市场。因为传感器产业要依附应用端。以应用端为牵引,拉动整个产业发展成为该市发展传感器产业的有效路径。传感器的应用端渗透到各行各业,如何确定哪些应用端可以成为政策着力点?笔者及团队对该市传感器产业链上所有企业及其竞争对手(以国外竞争对手为主)进行竞争情报的搜集与分析,最终确定出10大应用场景,15种传感器产品为政策着力点,整体推动该市传感器产业链及价值链的提升。该市政府根据“两大应用领域”,10大应用场景,15种传感器产品等内容,有针对性地制定出专项扶持政策及配套措施,实现了对该市传感器产业的精准施策。

3 “情报+”模式下的产业竞争情报价值实现机理

竞争情报是一个过程,其基本特征之一是经过分析和智化后形成的竞争情报和策略是增值了的知识产品,能为企业带来巨大的社会效益^[20]。因此,竞争情报价值实现机理与其有效服务企业/产业是密不可分的。竞争情报在服务企业/产业时,正是利用情报学有关工具或方法,加上特定研究对象,即“情报+”模式。竞争情报价值实现过程,就是情报学正确、有效赋能咨询服务实践的过程。在“情报+”模式基础上,面向企业用户提供“专业化”的情报服务,面向政府客户提供竞争情报服务,是一个将竞争情报理论方法应用于解决用户实际决策问题过程,信息收集与分析的过程和成果体现与求解用户决策问题高度相关、信息真实及时、竞争情报产品具有可据此采取行动的特性^[21]。产业竞争情报价值实现过程与准确、及时、有针对性满足客户对竞争情报的需求过程是高度一致的。电子信息产业的自身特点决定它需要情报研究与竞争情报的交叉,需要经过被其他专业研究人员“专业化”的竞争情报。通过实践,这正是“情报+”模式下可以妥善解决的问题。

电子信息产业的重要性不言而喻,特别是以集成电路为代表的半导体产业,其发展战略的选择至关重要。无论是近两年的中美贸易摩擦,还是日韩贸易摩擦,这类重大事件本身就是难以预测的,而这类事件的

发展态势是电子信息产业评估其影响及采取何种应对措施必须面对的。因此,能够解决这一问题的依然是产业竞争情报。产业竞争情报因其聚焦在产业领域,对产业细分领域及相关领域之间的互动与影响有较为精准把握的,产业竞争态势、产业链上下游之间的影响都在产业竞争情报的日常监测中,自然会积累大量的经验数据,在重大突发事件发生时,这些经验数据将成为重要的情报为电子信息产业决策主体提供较为精准的情报,甚至可以为决策主体如何应对产业变化提供较为科学的意见、建议或对策。

无论电子信息产业如何变化,也不管产业竞争情报方法和工具如何变化,能够使产业竞争情报适时发挥价值的关键因素是产业竞争情报从业人员。电子信息产业包括的细分领域比较广,在产业数据、方法和工具均具备的前提下,人的因素就成为决定性因素,利用何种方法和工具对产业数据进行分析,结果如何解读,这些环节决定了最终为决策者传递哪些情报。这就需要打造一支拥有多学科背景的“专业”情报研究团队。同一条资讯,情报人员可以依托不同学科背景、不同从业经验,为不同的需求者挖掘出不同的意义,这种意义针对不同需求体就叫情报。这就是产业竞争情报通过情报从业人员产生价值的过程。

4 结 语

笔者认为,面向电子信息产业的竞争情报需求,一只脚踩竞争情报理论与实践,一只脚踩电子信息特别是集成电路产业研究的发展战略是十分必要,且多年的产业竞争情报实践也证明了该战略的有效性。另外,打造了一支跨学科的“专业”情报研究团队不仅是竞争情报能够精准服务电子信息产业需求的核心要素,更是“情报+”模式下的竞争情报价值实现过程的关键要素。笔者及所在研究团队,在为北京市政府、电子信息行业组织、企业、教育机构、科研院所提供情报服务和情报产品过程中,以情报学理论、方法、工具、模型研究为基础,通过系统跟踪国内外情报研究进展和广泛分析应用案例,构建了科学严谨的情报研究体系;以大数据资源为基础,通过广泛调研和理论分析,构建“情报+”模式下的情报服务体系。这一服务体系在多年的竞争情报实践中,被证明是行之有效的。这对其他从事竞争情报的学术研究者或研究机构具有一定参考价值。

参 考 文 献

- [1] 胡笑梅,刘 帅. 国内产业竞争情报研究进展[J]. 情报科学, 2016,34(12):161-167.
- [2] 陈 峰. 竞争情报理论方法与应用案例[M]. 北京:科学技术文献出版社,2014:131-132.
- [3] 梁战平. 情报学若干问题辨析[J]. 情报理论与实践,2003(3): 193-198.
- [4] 张 焱,郭华平. 竞争情报服务于企业发展思路探讨[J]. 中小企业管理与科技(中旬刊),2017(1):5-6.
- [5] 张 焱,邢新欣. 竞争情报服务于企业转型升级的方法:“对标”[J]. 竞争情报,2018,14(2):25-29.
- [6] 王 磊,丛 玲. 日本企业竞争情报的探讨与启示[J]. 情报杂志,2011,30(S2):102-104,110.
- [7] 刘志辉,刘永志. 日本中小企业竞争情报供给实态研究[J]. 图书情报工作,2012,56(14):12-16,66.
- [8] 包昌火,金学慧,张 婧,等. 论中国情报学学科体系的构建[J]. 情报杂志,2018,37(10):1-11,41.
- [9] 张志华,蔡蓉英,张凌轲. 竞争情报价值认知与价值实现研究[J]. 图书馆理论与实践,2017(1):40-44,47.
- [10] 曹如中. 动态环境下企业竞争情报价值识别与价值实现研究[J]. 情报理论与实践,2013,36(1):78-81,58.
- [11] 张清海. 企业竞争情报架构对情报价值实现影响研究[J]. 情报杂志,2015,34(1):23-26,17.
- [12] 郑彦宁,郑 超,赵筱媛,等. 基于竞争情报价值链的产业竞争情报作用研究[J]. 情报理论与实践,2014,37(2):36-39,44.
- [13] 王 磊,王 麟. 竞争情报分析中各种干扰因素的运作机理及仿真分析[J]. 图书馆杂志,2017,36(6):77-83,42.
- [14] 曹如中,史健勇,郭 华. 不确定性环境下竞争情报服务战略决策的作用机理研究[J]. 情报理论与实践,2018,41(1):28-32,4.
- [15] 陈 峰. 产业竞争情报理论方法研究综述[J]. 情报理论与实践,2014,37(10):139-144.
- [16] 梁春华,李彩玲. 情报科研与情报研究工作跨域创新发展的研究[J]. 情报理论与实践,2021(4):8-12.
- [17] 包昌火,李 艳,包 琰. 论竞争情报学科的构建[J]. 情报理论与实践,2012,35(1):1-9.
- [18] 彭 瑛,李树德,曹如中. 智库与情报机构融合发展模式研究[J]. 情报杂志,2019,38(8):90-96.
- [19] 鞠英杰,游雪雯. 基于生态系统理论产业竞争情报分析研究[J]. 情报杂志,2018,37(1):22-27.
- [20] 包昌火. 加强竞争情报工作提高我国企业竞争能力[J]. 中国信息导报,1998(11):30-33.
- [21] 陈 峰. 面向企业提供竞争情报咨询服务的案例分析[J]. 情报杂志,2017,36(8):64-67,105.

(责编/校对:贺小利)