

# 竞争情报在科技期刊出版中的运用研究

马 兰

(中国科学技术信息研究所, 北京 100038)

**摘 要:**对中国科技期刊业竞争情报的发展现状进行了分析和评价;研究并提出了科技期刊出版单位全方位有效开展高质量竞争情报工作的对策和建议,对科技期刊业开展竞争情报工作具有一定的参考价值。

**关键词:** 期刊出版; 竞争情报; 核心竞争力

**中图分类号:** G350      **文献标识码:** A      **文章编号:** 1007-7634(2012)01-25-03

## Research on the Utilization of Competitive Intelligence in Science and Technology Periodical Publication

MA Lan

(Institute of Scientific and Technical Information of China, Beijing 100038, China)

**Abstract:** This article has carried on the analysis and the appraisal to the Chinese science and technology periodical industry competitive intelligence's development present situation; Research and put forward the science and technology journal publishing unit all-round effectively develop high quality of competitive intelligence, some countermeasures and suggestions to science and technology periodicals in competitive intelligence work to have the certain reference value.

**Keywords:** periodical publishing; competitive intelligence; core competitiveness

### 1 概 述

竞争情报(Competitive intelligence, 简称CI)是指情报主体为保持自身的竞争力,针对竞争环境、竞争对手和竞争策略通过正常合法手段进行的全方位信息收集和分析活动。其主要内容包括:信息采集、环境评估、市场调研、技术跟踪、对手分析、策略制定和信息安全等各个方面。竞争情报始于20世纪40-50年代、崛起于20世纪80年代,情报信息博弈活动无处不在,竞争情报遍布众多领域,它是社会竞争日趋激化和社会信息化飞速发展的必然产物。

在知识经济和信息时代,有效的竞争情报将直接影响企业的命运,因此竞争情报运用愈加广泛,也

尤其受到重视。竞争情报现已成为继技术、资金、人才之后的第四大管理要素,是企业综合竞争力的核心构成要素。最新调查表明,世界500强中有超过95%的企业都建立了竞争情报系统,开展了竞争情报工作。竞争情报成为企业建立和保持竞争优势的一个有力工具<sup>[1-3]</sup>。我国的竞争情报研究始于20世纪80年代,竞争情报事业走过了从陌生、到误解、直到了解、再到接纳的一段坎坷而艰难的道路。同样,作为我国科技文化事业重要组成部分的科技期刊出版业竞争情报的产生与发展也不例外。

目前,在世界经济一体化背景下,我国科技期刊的发展正面临全球性金融危机的深刻影响,同时也面临更加严酷的国内外竞争环境。无论是解决传统体制遗留的老问题,还是解决若干危机变革下的

**收稿日期:** 2011-10-10

**作者简介:** 马 兰(1961-),女,北京人,副编审。

新问题,科技期刊的发展面临着前所未有的挑战和机遇。科技期刊正在经历从传统出版到数字出版、从内容提供到服务提供、从分散式经营到集约化运作、从本土化到国际化、从订购许可到开方存取、从自我发展到优胜劣汰等多方面的转型与变革<sup>[4-8]</sup>。在新的出版模式日益凸显、复杂的转型过程在不久渐将来临之际,如何顺应科技期刊发展的趋向、规律和特点,积极谋划后危机时代的生存与发展,更好地抵御风险,增强竞争力,是科技期刊出版单位必须面对的现实。

提升科技期刊自身的核心竞争力是在竞争中取得比较优势的决定因素,而竞争情报工作是科技期刊出版单位保持竞争优势的有力工具和必备要素,有助于科技期刊出版单位及时拓宽视野,认清市场,调整自身定位和发展方式,使决策更富弹性和策略,对其核心竞争力的发掘和培育起着至关重要的作用。因此,应用竞争情报手段来增加科技期刊的核心竞争力就显得更为迫切,更加重要。目前,我国学术界对这一领域无论是研究的深度还是实践的广度都还很不足,与国外发达国家相比还有很大差距,滞后于市场竞争和经济社会发展的要求,亟待加强。

## 2 竞争情报在科技期刊业开展中的状态

由于对竞争情报的理解和认识差异,导致国内各期刊出版单位对竞争情报工作的投入和规划也各异。简言之,科技期刊出版单位对竞争情报的态度,尤其期刊管理者对竞争情报的认知度十分关键。它将直接影响期刊竞争情报建设、决策开展和可执行性,进而影响期刊的核心竞争力。当前我国科技期刊出版行业的竞争情报工作尚处在初级发展阶段,还存在着从认知到实践等方面的诸多问题,现状不容乐观。

### 2.1 积极型

科技期刊出版单位的竞争情报工作开展的相对较为积极。能通过正常合法途径有意识地全方位收集、存储和分析国内外科技期刊业的各种相关信息,力图抓住各种潜在的发展机遇,审时度势,化“危”为“机”,能及时调整定位并制定相应的短期和中长期发展规划,以提升期刊的核心竞争力。但限于自身素养、客观条件等方面的原因,竞争情报工作的技能和质量尚有待提高。

### 2.2 被动型

科技期刊出版单位的竞争情报工作低水平运作或形同虚设。决策者对竞争情报认识不足、重视不够,甚至还抱有片面理解。有些期刊出版单位的竞争情报工作甚至沦入仅在年终总结中充当“花边”的境地。对其缺少人财物的投入和相关协调,只有在竞争对手发起明显的竞争、出现危机感时才不得临时做出回应,现用现查,缺乏收集利用情报的经验,同时情报分析与处理的能力也比较业余,竞争情报的效益难于体现。

### 2.3 沉睡型

科技期刊出版单位内部或管理层并未充分意识到能影响其事业发展的竞争情报工作的作用和重要性,甚至认为可有可无。因而导致或安于现状或得过且过,面对竞争环境几乎没有开展任何相关的竞争情报分析。

## 3 竞争情报在科技期刊业的运用研究

### 3.1 强化竞争情报意识,培育竞争情报人才

情报意识是指对相关信息的敏感程度和搜集处理信息的主动程度。缺少了情报意识,所有的情报工作都会变成无源之水,情报思考能力和分析能力也会枯竭。

科技期刊的生存和发展与其所处的竞争环境密切相关。在科技期刊出版竞争日趋激化、科技期刊出版同质化、同质化较为严重的今天<sup>[4,9]</sup>,信息优势是企业生存与发展的根本。利用竞争情报和竞争分析不断学习竞争对手的成功经验、及时掌握其各种业务状况、优势与不足,进而推断竞争对手的战略、战术及其行动变化趋势,充分、准确地分析自身地位巩固或动摇的因素,可以及时调整战略、优化结构,只有全面、及时和准确地掌握竞争情报,制定和实施正确的竞争战略,才能在瞬息万变的竞争环境中抢占先机,立于不败之地。

随着国内竞争情报概念的普及,期刊管理层逐步认识到情报的作用和重要性。应进一步加大在竞争情报方面的投入力度和相关协调,使科技期刊出版单位更好地实现竞争情报价值。因此在吸引外部人才的同时,还要加快对内部员工进行市场意识、竞争意识、情报意识以及竞争情报操作方法、技能等方

面的宣传教育和可能的研修培训,使他们能尽快适应环境、进入角色;同时要及时更新知识结构、提高业务技能,增强责任感,成为科技期刊出版单位高质量竞争情报工作的核心力量。在业内营造一种人人重视信息、人人会用情报的氛围,逐步形成一种全员参与竞争情报工作的规范、合理而有效的机制。只有这样,科技期刊业的竞争情报工作才会有长久的生命力<sup>[10-11]</sup>。

### 3.2 竞争情报的主要来源和获取技巧

如果科技期刊出版单位善于通过一定的有效途径,搜集并获取高质量竞争情报,就可以在动态竞争环境下,审时度势,掌握主动权,及时做出反应,预先采取措施,规避失败风险,抓住机遇,寻求发展,为竞争优势的保持和提高发挥最大的作用。

#### 3.2.1 从互联网等公开资料中获取竞争情报

(1) 利用Google、百度等搜索引擎,关注业内著名的网站,可全方位了解全球或地区科技期刊业的信息。

(2) 浏览政府或行业协会网站、以及从出版业报纸期刊、研究报告中获取信息,了解行业动态、市场状况等。

(3) 对竞争对手科技期刊出版单位网站实施定期监测和评估。

(4) 在报刊发行局的年度期刊编目等数据中索取信息,了解竞争对手情况。

(5) 从图书馆的馆藏期刊中了解。

(6) 在网络媒体、信息服务网站和网络专业论坛、BBS或博客中挖掘信息。

#### 3.2.2 从社会活动中获取竞争情报

(1) 学术交流会。可以及时获取同行业期刊学术建设、发展方向等最新情报,为期刊内容建设提供决策参考。

(2) 行业研讨会、信息发布会等,可从中收集具有较高价值的行业竞争情报信息。

(3) 期刊博览会和期刊征订会。

(4) 从人际情报网络中获取。

#### 3.2.3 从市场调研中获取竞争情报

(1) 从竞争对手的印刷厂或流通领域中搜寻线索(例如:品种、印数、成本、财务支付能力、广告经营方式、发行国家、地区与数量等)。

(2) 从作者反馈和读者问卷调查表中获得情报。

(3) 从书店等销售商处反馈的销量信息中获取。

(4) 从行业专家、合作伙伴、业内人才流动中了

解最新动态。

(5) 从源自科技期刊出版单位内部的全员竞争情报搜集中获取。

### 3.3 竞争情报的整理与分析

竞争情报活动的重点是最大限度地利用本行业的信息资料,针对竞争环境从动态监测、态势分析和前瞻预测三个方面展开情报研究,找出内在联系,推断本质,得出客观结论,并及时、准确地提供重要的决策支持。

竞争情报的搜集处理是决策的起点和前提。日常搜集的情报通常繁杂无序,若不加以系统、完整和有序地整理,实用价值难以体现。竞争情报的整理与分析过程就是对情报组织的过程,可使其从无序到有序,由表及里、去粗取精、去伪存真,进行筛选、分析与评估,充分发挥竞争情报在信息跟踪、监测、预警、评估和集成等方面的优势,能有针对性地研究和制定恰当的发展战略,为管理层决策提供科学的依据<sup>[12-13]</sup>。

在科技期刊出版业拥有逐步完善的信息渠道的同时,要及时捕捉、准确挖掘、消化吸收、评价分析并高效使用信息,明确自身的优势、劣势、机会和威胁,构建SWOT矩阵等;有效识别和调查竞争对手、对其进行分析和预测,灵活地将各种情报分析的方法与技巧相结合,进而产生客观的、有利于事业发展的具有可操作性的建议。在对竞争环境进行实时监测的同时,采取合适的策略,扬长避短,把握机遇,避开威胁,在巩固现有市场基础上,逐步拓宽科技期刊的市场空间和读者群体,全面提高科技期刊出版单位的综合实力,创建和保持可持续的竞争优势,从而使科技期刊的经营管理沿着科学的轨道,实现快速发展。

## 4 结 语

综上所述,在市场经济条件下,竞争情报是科技期刊出版单位取得成功的基础要素之一,竞争情报有助于我们在竞争中始终把握高屋建瓴的视域,在准确时机采取最正确行动,并最终获得竞争的胜利。掌握竞争情报精髓,是科技期刊业增强自身核心竞争力、参与国际化竞争的先决条件,面对经济全球化的发展趋势和强力进入我国市场的国际科技期刊出版商的挑战,学习和运用竞争情报将成为逐鹿市场成败的关键。本研究旨在推动科技期刊单位提高对竞争情报重要性的认识; (下转第33页)



核心竞争力来说,具有重要的意义和价值。正是由于人际情报网络对于组织有如此重要的作用,自上世纪90年代以来,有关人际情报网络的研究一直为相关领域的研究人员所重视,并取得了丰富的研究成果。而本文正是在前人研究的基础上,首先,对知识自组织理论进行了分析;而后,在此基础上对人际情报网络的自组织机理进行了探讨,以为人际情报网络的构建、管理和维护的合理化和科学化提供理论依据;最后,依据人际情报网络的自组织机理,有针对性的提出了一些在人际情报网络构建、管理和维护的过程应该注意的问题和需采取的相应措施,以期提高人际情报网络构建、管理和维护的科学有效性,进而充分发挥人际情报网络在情报搜集、分析和提供服务等方面的作用,增强组织的竞争力。

### 参考文献

- 1 任红娟.企业人际情报网络的构建与管理[J].情报科学,2006,24(6):839-842.
- 2 张晓丹,王守宁.企业竞争情报活动中的人际网络构建和利用[J].情报科学,2006,24(7):1091-1094.
- 3 彭靖里,谭海霞.竞争情报中人际网络构建的理论研究[J].图书情报工作,2006,50(4):38-42.
- 4 王曰芬,王海丹.基于知识管理的人际情报网络构建的方法与流程研究[J].现代图书情报技术,2007,(9):12-17.
- 5 丁晟春,浦晓斌,王曰芬.基于知识管理的人际情报网络试验系统的设计与实现[J].现代图书情报技术,2007,(9):

18-22.

- 6 恢光平,邬尚君,浦晓斌.基于知识管理的人际情报网络构建的案例研究[J].现代图书情报技术,2007,(9):23-27.
- 7 丁晟春,李飞,王曰芬.竞争情报活动中人际网络构建的一般模型与聚类分析[J].情报科学,2008,26(5):712-717.
- 8 王忠义.动态人际情报网络构建方法研究[J].现代图书情报技术,2011,(3):62-67.
- 9 秦铁辉,吴菁.基于节点关系的企业人际网络解析[J].情报科学,2006,24(12):1761-1765.
- 10 王馨,秦铁辉.基于嵌入理论的人际情报网络影响因素模型研究[J].情报理论与实践,2009,32(10):13-20.
- 11 胡蓉.基于结构洞理论的个人人际情报网络分析系统研究[D].重庆:西南师范大学,2005.
- 12 冯芳芳.基于SNS的企业竞争情报搜集[J].农业图书情报学刊,2010,22(12):49-52.
- 13 董智文,张旭.使用人际情报网络解决企业研发中的问题[J].图书情报工作,2008,(增刊):101-104.
- 14 陆伟,陆娜.人际网络在企业竞争情报系统中的作用探讨[J].情报杂志,2004,(5):18-20.
- 15 秦铁辉,刘佳.在线人际网络在企业运作中的应用研究[J].图书情报工作,2007,51(12):70-73.
- 16 哈肯.H.信息与自组织[M].郭治安,译.成都:四川教育出版社,2010:89-95.
- 17 严娜,孙凌,李宏轩.从知识组织到知识自组织[J].情报科学,2001,19(7):765-767.
- 18 马波.从自组织理论看知识管理系统的本质[D].广州:华南师范大学,2007.

(责任编辑:赵立军)

(上接第27页)

并通过认知、研究和合理应用,使科技期刊出版单位更好地实现竞争情报价值。目前竞争情报在科技期刊业的应用尚处在探索阶段,有待进一步发展和完善。我们对中国科技期刊业竞争情报事业的发展充满信心。

### 参考文献

- 1 周九常.竞争情报及其作用研究[J].河南科技,2011,(3):14-15.
- 2 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.
- 3 吴风华.竞争情报和企业市场竞争力[J].现代情报,2005,(11):123.
- 4 马兰.基于SWOT矩阵分析的科技期刊可持续发展战略研究[J].中国科技期刊研究,2006,17(4):638-642.
- 5 马兰.后金融危机时代中国科技期刊出版新特点及竞争

策略分析[J].情报科学,2011,29(1):52-54.

- 6 中国科学技术协会.中国科协科技期刊发展报告(2009)[R].北京:中国科学技术出版社,2009.
- 7 中国科学技术协会.中国科协科技期刊发展报告(2010)[R].北京:中国科学技术出版社,2010.
- 8 中国科学技术协会.中国科协科技期刊发展报告(2011)[R].北京:中国科学技术出版社,2011.
- 9 马兰,赵新力.基于产品生命周期管理的期刊创新发展研究[J].编辑学报,2006,18(3):161-163.
- 10 杨文莲.竞争情报在提升企业竞争力中的作用[J].科技情报开发与经济,2008,18(19):84-85.
- 11 苏青,游苏宁,周文辉.中国科技期刊现状分析研究[J].科技导报,2006,24(6):76-80.
- 12 赵国浩.企业核心竞争力理论与务实[M].北京:机械工业出版社,2005:96-104.
- 13 金碧辉,戴利华,刘培一.国外科技期刊运行机制和发展环境研究[J].中国科技期刊研究,2006,17(1):3-9.

(责任编辑:赵立军)