

中国小微企业竞争情报获取行为影响因素研究

高媛媛

扬州大学社会发展学院, 江苏 扬州

收稿日期: 2025年3月14日; 录用日期: 2025年3月31日; 发布日期: 2025年5月9日

摘要

小微企业是国民经济的重要组成部分, 却因规模小、资源有限等普遍因素存在竞争力不足的问题。而获取竞争情报能够有效帮助小微企业制定战略决策、应对市场变化、提高竞争力。本研究从需求侧出发, 运用扎根理论由点到面地揭示中国小微企业竞争情报获取行为影响因素, 最终提取出企业情报素养、竞争情报属性、基础保障和外界支持这四大关键影响因素, 并围绕企业自身与供给侧改革提出相应建议。

关键词

小微企业, 竞争情报获取, 影响因素, 扎根理论

Research on the Influencing Factors of Competitive Intelligence Acquisition Behavior of Chinese Small and Micro Enterprises

Yuanyuan Gao

School of Social Development, Yangzhou University, Yangzhou Jiangsu

Received: Mar. 14th, 2025; accepted: Mar. 31st, 2025; published: May 9th, 2025

Abstract

Small and micro enterprises are an important component of the national economy, but they generally have the problem of insufficient competitiveness due to their small scale and limited resources. Access to competitive intelligence can effectively help small and micro enterprises make strategic decisions, respond to market changes, and improve competitiveness. This study starts from the demand side and uses grounded theory to reveal the influencing factors of the competitive intelligence

acquisition behaviors of small and micro enterprises in China from specific points to a broader perspective. It ultimately identifies four key influencing factors: enterprise intelligence literacy, competitive intelligence attributes, basic guarantees, and external support, and put forward corresponding suggestions from the enterprise itself and the supply side.

Keywords

Small and Micro Enterprises, Competitive Intelligence Acquisition, Influence Factor, Grounded Theory

Copyright © 2025 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

作为国民经济的“毛细血管”[1], 小微企业数量多、分布广, 在拉动经济增长、促进创新、稳定就业等方面具有不可替代的作用。在当今高度信息化的市场环境中, 高质量的竞争情报是企业识别市场机会、规避风险以及提升企业竞争力的重要工具。对于小微企业而言, 由于其规模小、资源有限的条件限制, 竞争情报对于企业发展与决策的作用尤为突出。研究小微企业竞争情报获取行为影响因素, 能够加强小微企业自身对竞争情报获取行为的认识, 了解具体从哪些方面进行实施并优化, 有助于小微企业更有效地开展竞争情报工作, 促进企业健康发展; 其次, 研究从需求侧出发, 也能够为小微企业竞争情报供给侧改革提出建议, 提高情报供需适配度。本研究将运用扎根理论对访谈数据进行编码, 将编码结果进行归类并以此建立模型, 试图为小微企业高效获取竞争情报、国家及有关部门政策的建立与实施提供理论指导。

2. 相关研究

通过搜集与阅读相关文献发现, 企业竞争情报相关话题是学界关注的热点, 在内容上, 相关研究主要可以分为以下三个方面: 一是企业竞争情报服务体系研究。如, 张丽玮等[2]提出中小企业竞争情报服务提供主体应自上而下构建职能明确、多方协同的综合竞争情报服务体系, 为中小企业提供打包式服务方案; 崔梦[3]以某电建企业为例提出了科技竞争情报可视化服务体系, 并评价了其应用成果; Mehmet 等[4]提出了应用于酒店的竞争情报服务体系, 具体包括组织需求、采集人员、竞争情报池、智能搜集和相关培训五个模块。二是企业竞争情报系统构建研究。如, 黄晓斌等[5]基于云计算技术, 提出了由信息搜集、安全保障、服务支持和分析处理四个子系统构成的竞争情报系统; 石进等[6]基于区块链技术提出去中心化信息积分激励机制竞争情报共享平台。三是企业竞争情报获取现状研究。如, 尹艳梅[7]总结了Web2.0时代给企业竞争情报获取带来的机遇与挑战, 并基于此将企业竞争情报获取行为分为四种形式。Chawinga 等[8]指出当下中小企业竞争情报获取渠道单一, 应从用户、职工和商家多渠道收集信息来优化情报结构。

综上所述, 对于企业竞争情报这一相对宽泛的领域, 现有研究内容与形式多样, 可以看出学界对于该问题的关注密切。而在研究对象上, 大致可以分为宏观层面的全体企业或中小企业, 微观层面的“以某企业为例”, 但聚焦于小微企业的研究仍然十分有限; 在研究方法上, 多以理论和经验探讨、案例研究为主; 在内容上, 多从供给侧出发提出企业竞争情报服务改革或优化路径, 而落脚企业需求的研究相对较少。虽然与小微企业竞争情报获取行为直接相关的研究较少, 但仍可从已有研究中提取出一些关键

维度，例如，竞争情报获取渠道、安全保障、专业人员、激励机制和企业需求等。因此，本文将在已有研究基础上，使用质性研究方式扎根理论深入亲近小微企业，从原始资料中层层提取类属最终建立理论，从需求侧发现我国小微企业竞争情报获取行为的影响因素，以期为后续相关理论研究和实践改革提供新的视角和参考。

3. 研究方法

本文使用扎根理论，对原始数据进行系统化的“抽丝剥茧”，对编号文本进行概念化和范畴化的处理分析，使其最终达到理论饱和。抽样方式首先使用目的性抽样，从身边择出 3 位从事农业、建筑业、软件和信息技术服务业的小微企业的从业人员，以及 1 名从事竞争情报研究的专家学者作为最初调查对象，再使用滚雪球抽样，依靠最初调查对象提供第二批合格的调查对象，以此类推，最终选取 15 来自江苏、陕西、山东和上海等地区的从事农业、批发业、餐饮业、建筑业、软件和信息技术服务业等行业的小微企业领导及下属成员和 2 名从事竞争情报研究的专家学者作为调查对象，并采用线上线下相结合的半结构式访谈方式。根据理论饱和原则，从 17 份访谈记录中随机抽出三分之一(约 12 份)用于编码和理论构建，剩余三分之一(约 5 份)用于理论饱和度检验。

4. 范畴提炼与模型构建

4.1. 开放式编码

对原始语句进行贴标签，合并同义项、剔除重复项后共获得 61 个初始概念，以 axx 编号，再对初始概念进行范畴化，共得到 23 个初始范畴，以 Bxx 进行编号。因篇幅有限，部分原始语句及开放式编码示例见下表 1。

Table 1. Open coding categorization
表 1. 开放式编码范畴化

部分原始语句(初始概念)	初始范畴
我们在获得情报之前的花费(a03 获得情报花费)	B01 获取成本
先不说一些分析软件不会(a05 无能力使用分析软件)	B02 员工情报能力
有这个意识当然是好的(a06 企业有意识)	B03 企业情报意识
老板很重视，经常会来考察(a09 管理者重视)	B04 管理者重视
我们如果有需要，一般会寻求专业服务机构的帮助(a10 寻求专业服务机构帮助)	B05 专业机构帮助
我老板是个有魄力的年轻人，他希望我们的公司能成为业界的佼佼者(a12 管理者志向)	B06 管理者志向
有些工作需要专业相关的人来做(a13 需要专业人才)	B07 专业人才
电商企业对竞争情报应用方向的认知与定位(a16 企业对竞争情报应用方向的认知与定位)	B08 企业情报认知
我们有考虑去咨询信息公司(a17 考虑咨询信息公司)	B09 情报咨询意愿
找到渠道很重要，有时候不知道去哪里获取信息(a20 获取渠道重要性)	B10 获取渠道
我会关注公司竞争对手的微博什么的，看看有没有什么有用信息(a22 关注对手社交账号获取信息)	B11 社交平台获取
老板留学回来的，国外比较重视这个(a23 管理者留学经历熏陶)	B12 管理者经历
支持获得竞争情报的信息化设施与物质载体(a26 获取设施与物质载体)	B13 设备支持
目前国家以及行业中有各种条文来营造了这样的环境(a28 国家及行业条文营造环境)	B14 国家与行业规定
是否能保密是很重要的一点(a29 保密重要性)	B15 保密性

续表

现在机密泄露事件也比较多，我们担心有泄密的风险(a33 泄密风险)	B15 保密性
有些网站怕有病毒(a30 害怕网站病毒)	B16 病毒入侵风险
我们公司之前买过一套信息系统，它里面的东西跟我们关联性很强(a40 信息系统功能及内容关联性)	B17 关联性
一般这个网站上信息更新得特别快，紧跟时事(a34 信息更新快)	B18 时效性
公司开展业务需要大量的相关信息竞争情报(a44 业务需要)	B19 业务需要
市里也有些政策下来，鼓励我们去实施，对我们有优待(a43 市里政府鼓励)	B20 优惠政策
有的情报不是很能看懂(a36 情报难以理解)	B21 易理解
有时候也要看我们获得的竞争情报为我们带来的收益(a46 竞争情报收益)	B22 收益需求
我们公司小，这种情报服务有的都太贵了(a45 情报价格贵)	B23 情报价格

4.2. 主轴编码

接着，对 23 个初始范畴进行主轴编码，寻找其中的归属关系，共得到 9 个副范畴，最终将其提炼融合为企业情报素养、外界支持、基础保障以及竞争情报属性四大主范畴。主轴编码过程及从属关系如下表 2 所示。

Table 2. Spindle coding analysis
表 2. 主轴编码分析

主范畴	副范畴	初始范畴	关系内涵
企业情报素养	C01 管理者素养	B04 管理者重视 B06 管理者志向 B12 管理者经历	小微企业管理结构较为扁平，管理者素养对企业竞争情报获取行为起统领作用
	C02 企业情报氛围	B03 企业情报意识 B08 企业情报认知 B09 情报咨询意愿	小微企业整体的情报氛围对获取行为起感染作用，具有重要驱动力
外界支持	C03 获取平台	B05 专业机构帮助 B10 获取渠道 B11 社交平台获取	获取渠道主要包括公开来源获取、专业机构提供，是小微企业获取竞争情报的重要外部资源
	C04 政策环境	B14 国家与行业规定 B20 优惠政策	政策环境从外部大方向上牵引整个市场行为，是重要的外部驱动因素
基础保障	C05 基础资源	B01 获取成本 B02 员工情报能力 B07 专业人才 B13 设备支持	人力、财力及物力资源是小微企业竞争情报获取行为的基础资源保障
	C06 安全保障	B15 保密性 B16 病毒入侵风险	竞争情报获取过程中的安全保障将会促进搭建信任环境，是情报获取行为的基础
	C07 收益保障	B19 业务需要 B22 收益需求	业务需要和收益需求是小微企业一切行为的动机，获得收益是一切行为的最终目的
竞争情报属性	C08 竞争情报质量	B17 关联性 B18 时效性 B21 易理解	竞争情报是小微企业竞争情报行为的客体，客体属性将影响企业的主体行为
	C09 竞争情报价格	B23 情报价格	

4.3. 选择式编码

选择式编码从主范畴中提炼出核心范畴并以故事线形式将其串联，从而形成理论框架。在主轴编码的基础上，进一步将企业情报素养上升为主体维度，外界支持上升为环境维度，竞争情报属性和基础保障上升为客体维度，形成企业竞争情报获取过程的信息生态。在该信息生态中，主体、客体与环境三者之间存在的逻辑关系如下：环境作为外部因素将影响竞争情报获取行为的主体，表现为外界支持将积极提升企业情报素养；环境因素也将影响竞争情报获取行为的客体，表现为外界支持将提升竞争情报质量，规范竞争情报价格，加强竞争情报获取行为基础保障；而积极的竞争情报属性和基础保障也将影响企业情绪素养的提升，具体体现为影响企业管理者决策，加强企业对情报工作的重视，加强企业情报氛围。基于此，本文构建以企业情报素养、外界支持、基础保障以及竞争情报属性为核心的中国小微企业竞争情报获取影响因素模型，如图1所示。

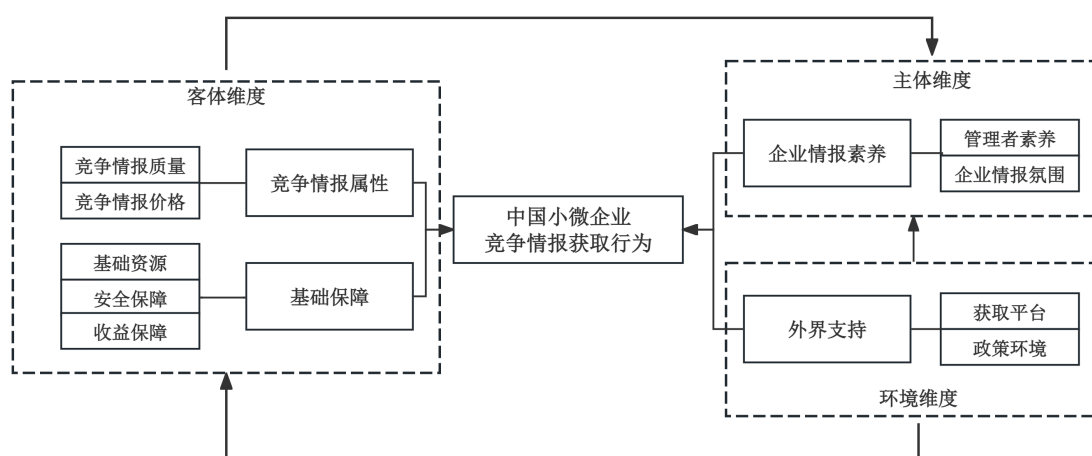


Figure 1. Model diagram of the influencing factors

图 1. 影响因素模型图

4.4. 理论饱和度检验

对剩余 5 份访谈进行同样的步骤处理，并未发现上述之外的新概念，已有的范畴之间也未出现新关联。由此可以认为该理论模型已充分挖掘信息。

5. 理论模型阐释

5.1. 企业情报素养

从本质上讲，信息素养是指人们在实际工作中对于所需何种信息、怎样获得、怎样处理和怎样加工这些信息的意识与能力。在本文的研究背景下，企业情报素养作为重要的内驱因素，具体表现为管理者素养和企业情报氛围。管理者对公司的竞争情报获取行为具有很大的影响[9]。相较于中、大型企业，小微型企业经营方式往往不够规范和现代化，企业的运营则主要依赖于管理者的个体决策。在自身的受教育过程中，若管理者认识到竞争情报的重要性，将会提高自己的情报素养，主动获取企业所需的情报信息，有利于企业提高绩效及未来发展。并且，管理者对竞争情报的重视程度对在企业内部营造竞争情报意识与氛围具有统领作用。而企业情报氛围很大程度上与管理者和员工重视程度息息相关。管理者和员工对竞争情报的重要性及价值认识充分，企业竞争情报文化以及需求感知将得到大大提升。

5.2. 竞争情报属性

竞争情报属性是从客体维度影响小微企业竞争情报获取行为的一个重要驱动力。本研究中的竞争情报属性主要包括竞争情报质量与价格。信息质量作为一个多维度的抽象概念,主要包括相关性、及时性、精确性、一致性、全面性和完整性[10][11]。抽象来讲,竞争情报质量是竞争情报这一商品的价值属性。行为科学领域的研究表明,信息质量不仅受到个体动机和信息处理能力的影响,还会显著作用于用户的行为意愿。在本研究中,这一理论体现为:当企业能够获取与其需求高度匹配且符合预期的情报,并具备相关领域的专业知识时,高质量的情报将对企业决策产生重要影响。价格是竞争情报的重要属性,指企业购买该商品或服务所需支付的货币数量。小微企业资金有限的现实使得竞争情报价格在其获取行为中起到重要影响,其对竞争情报价格的浮动反应相比大型、中型企业更加敏感。

5.3. 基础保障

影响小微企业竞争情报获取行为的基础保障主要包括基础资源、安全保障和收益保障。基础资源保障的本质是为小微企业竞争情报获取提供直接积极作用的条件支撑。竞争情报的隐蔽性、专业性等特点,要求投入一定量的人力、物力和资金。小微企业要想获得真正有价值的信息,就必须要在资源上进行投入。许多小微企业缺乏专门的情报部门或专业人员,情报工作往往由其他岗位员工兼任,而这些员工的情报素养和分析能力不足,导致情报获取的效率和质量都偏低。除了人力和财力,软硬件设备也可以显著影响小微企业竞争情报获取的能力。在小微企业获取竞争情报的过程中,安全保障将建立企业良好信任环境,为了获取行为发生提供良好基础。获得收益是企业一切行为的最终目的。相比大、中型企业,比起企业长远发展的目标,小微企业更易关注利益获取这一当下相对具体的结果。当企业意识到竞争情报获取能够有效实现收益结果,那么对于其获取行为的积极性将大大提高。

5.4. 外界支持

外界支持是重要的环境驱动因素,具体包括获取平台和政策环境。小微企业规模小、资金不充足的特征决定了其竞争情报的获取行为很大程度上依赖于外界的支持。方便、高效、快捷的竞争情报获取渠道直接影响小微企业竞争情报的获取行为,有效减少小微企业竞争情报获取行为阻碍,提高获取积极性。政策扶持,即我国各级政府充分发挥“政策工具箱”的作用[2],通过构建和完善竞争情报获取相关的法律和制度,为小微企业创造更好的竞争信息获取“门槛”,进而降低小微企业的竞争信息获取成本。例如,政府提供的融资支持和情报服务平台可以帮助小微企业降低情报获取成本;而法规的不完善可能导致情报获取的合法性和合规性问题。

6. 引导小微企业竞争情报获取二维路径

综上所述,小微企业竞争情报获取行为受到多方面影响。因此,推动小微企业竞争情报获取需多方协同,共同构建由企业主导、政府引导、平台与机构支持等多位一体支持体系,具体可从企业自身与供给侧改革两方面来进行引导。

6.1. 提升小微企业竞争情报获取内生动力

小微企业情报素养是影响小微企业竞争情报获取行为的重要内生因素。小微企业普遍存在对竞争情报重要性认识不足的问题,许多企业决策仍以主观经验为主,缺乏科学的情报支撑。小微企业管理者应转变观念,将竞争情报视为战略资源,纳入企业日常运营和决策流程。在基础资源层面,小微企业普遍存在资金有限、缺乏专业情报人才的现实情况,可通过内部培训提升现有员工的情报素养和分析能力,也可灵活采用兼职或项目制方式引入专业情报人才,从而降低所需投入成本。在竞争情报获取来源方面,

除了购买专业机构的情报服务，还可积极加入行业组织，获取行业报告和专家见解，这些均是宝贵的竞争情报来源；还可以与同行业、跨行业、上下游企业建立情报共享机制，共享市场信息，形成协同效应。

6.2. 协同优化小微企业竞争情报获取外部生态

除了企业自身努力外，优化竞争情报获取环境同样至关重要，这需要政府、平台和服务机构等多方位供给侧主体支持。政府方面，可以建设行业数据库和公共服务平台，为小微企业购买竞争情报及服务给予专项补贴，降低竞争情报获取成本；同时，完善相关法规，优化监管环境，规范情报服务市场发展，保障情报获取的合法性和安全性。网络平台方面，可通过优化推荐算法，为小微企业提供精准的市场和竞争对手信息；开发轻量级工具，提供适合小微企业使用的简易版情报分析工具；建立数据共享机制，在保护隐私的前提下，向小微企业开放部分行业数据。专业情报服务机构可针对小微企业规模和行业特点设计定制化情报服务方案；技术赋能，提供基于云计算的情报监测和分析平台，降低技术门槛；为小微企业提供情报技能培训和决策咨询服务。金融与技术支持方面，创新金融产品，开发针对小微企业情报需求的专项贷款和保险产品；技术普惠，推动人工智能、区块链等技术在小微企业情报工作中的应用；在创业孵化器中嵌入情报服务模块，提供孵化支持，帮助初创企业建立情报能力。

参考文献

- [1] 国家税务总局. 经济参考报: 今年前三季度小微企业享受税费减免 9461 亿元[EB/OL]. <https://www.chinatax.gov.cn/chinatax/n810214/c102374/c102380/c101807e/c5236184/content.html>, 2024-11-26.
- [2] 张丽玮, 郑彦宁. 中国中小企业竞争情报供给主体及供给方式研究[J]. 情报科学, 2016, 34(11): 37-41.
- [3] 崔梦. 基于企业需求的科技竞争情报可视化服务研发应用[D]: [硕士学位论文]. 济南: 山东师范大学, 2024.
- [4] Köseoglu, M.A., Chan, E.S.W., Okumus, F. and Altin, M. (2019) How Do Hotels Operationalize Their Competitive Intelligence Efforts into Their Management Processes? Proposing a Holistic Model. *International Journal of Hospitality Management*, **83**, 283-292. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2018.11.007>
- [5] 黄晓斌, 钟辉新. 云环境下中小企业竞争情报系统构建[J]. 情报资料工作, 2012(2): 39-43.
- [6] 石进, 邵波, 苗杰. 基于区块链的中小企业竞争情报共享平台研究[J]. 图书情报工作, 2019, 63(20): 112-120.
- [7] 尹艳梅. 基于 Web2.0 的企业竞争情报获取研究[J]. 资源信息与工程, 2017, 32(6): 204-206.
- [8] Chawinga, W.D. and Chipeta, G.T. (2017) A Synergy of Knowledge Management and Competitive Intelligence: A Key for Competitive Advantage in Small and Medium Business Enterprises. *Business Information Review*, **34**, 25-36. <https://doi.org/10.1177/0266382116689171>
- [9] 李巍, 许晖. 管理者特质与民营企业出口绩效[J]. 管理科学, 2013, 26(2): 40-50.
- [10] Strong, D.M., Lee, Y.W. and Wang, R.Y. (1997) Data Quality in Context. *Communications of the ACM*, **40**, 103-110. <https://doi.org/10.1145/253769.253804>
- [11] Ballou, D.P. and Pazer, H.L. (1985) Modeling Data and Process Quality in Multi-Input, Multi-Output Information Systems. *Management Science*, **31**, 150-162. <https://doi.org/10.1287/mnsc.31.2.150>