

· 情报研究 ·

“情报”与“信息”关系辨析

——基于国外机构做空中国海外上市公司案例*

陈 峰

(中国科学技术信息研究所 北京 100038)

摘 要 基于国外机构做空中国海外上市公司案例研究,对“情报(intelligence)”与“信息(information)”的关系进行了辨析。从竞争情报专业视角归纳介绍了国外机构做空中国海外上市公司的调查方法。基于案例分析,从6个方面分析了“情报(intelligence)”与“信息(information)”的区别,从3个方面分析了“情报(intelligence)”与“信息(information)”的联系。

关键词 情报 信息 案例研究 竞争情报

中图分类号 G350

文献标识码 A

文章编号 1002-1965(2015)11-0001-06

DOI 10.3969/j.issn.1002-1965.2015.11.001

Relationship Analysis on Two Concepts between Intelligence and Information

—Base on Case Studies of the Short Body Hunting China's Fraud Shares in the Overseas Stock Markets

Chen Feng

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

Abstract Base on case studies of the short body hunting China's fraud shares in the overseas stock markets, relationship about two concepts between intelligence and information is analyzed. The major investigation methods about the short body hunting China's fraud shares are introduced in the angle of view in competitive intelligence discipline firstly, then six aspects about differentiation and three aspects about relevance between intelligence and information are introduced successively.

Key words intelligence information case study competitive intelligence

0 引 言

2013年以来,中共中央、国务院陆续出台多个与情报工作密切相关的重大战略举措,包括成立国家安全委员会、设立中央网络安全和信息化领导小组、实施“一带一路”战略、发布《关于加强中国特色新型智库建设的意见》、发布《国务院关于加强科技服务业发展的若干意见》、实施创新驱动发展战略、加快实施“走出去”战略、实施中国制造2025战略、把军民融合发展上升为国家战略等。这些重大战略举措将产生强劲的情报需求,为新形势下情报工作大发展带来了极为难得的机遇。面对难得的战略机遇,我国情报界能够抓住机遇实现大发展吗?从现实情况看很不乐观。因为,产生的“情报(intelligence)”需求必须用“情报(intelligence)”产品和服务来满足,而不能用“信息(infor-

mation)”产品和服务来满足。

20世纪90年代,我国在全国范围进行了“情报”改“信息”运动,形成了“information”和“intelligence”两种情报观长期共存的局面^[1]，“情报”的表征性功能日益弱化，“情报”与“信息”的分野日益模糊^[2]，至今让很多人一头雾水^[3]。长期以来,中国情报学存在情报缺失^[4]、学科泛化等问题^[5]，造成中国情报学发展困境重重。面对社会环境巨变、接连不断的重大事件引发的情报需求日益强烈的现实,我国情报界被包昌火研究院形象地比喻为“这里的黎明静悄悄”^[6]的现象并没有明显改观。

我国情报界能否抓住机遇大发展,在战略层次取决于我国情报界能否根据“情报”的使命找到正确的方向道路,在工作实务层次取决于广大情报工作者能否提供符合“情报”要义的产品和服务。而这两个方

面都需要厘清“情报”与“信息”的关系,将重心落实到“情报”上,让中国情报学回归本来面目^[7]。

但从实际情况来看,由于“情报”改“信息”造成了“情报”认知上的混乱,将“信息”混同于“情报”的情况还普遍存在,长期以来形成的“信息”混同于“情报”的思维定式在我国情报学界具形成了强大的惯性力量。纠正我国情报界情报认知上的偏差,使之回归情报的本来面目殊非易事。

包昌火、沈固朝、李艳等学者相继开展了关于“情报”与“信息”关系问题的研究,并形成了一批权威性研究成果,但国内学者这些研究主要集中在理论层面,基于实际案例分析开展“情报”与“信息”关系的研究还不多。

情报学学科是源自实践的应用性学科。和管理学等应用性学科一样,情报学学科仅仅开展理论研究是不够的,还需要结合实际开展案例研究。

从现实生活中遴选典型案例,基于具体案例解析研究“情报”与“信息”的关系,能够深化“情报”与“信息”关系的研究,能够更好把握“情报”的要义,有助于厘清“情报”与“信息”的关系,有助于认识情报工作的精髓和要义,有助于学习情报工作方法和技巧,对于确立正确的情报认知,推动中国情报学回归本来面目,做好情报工作有直接的帮助。

现实生活中,打着“情报”旗号开展情报实际工作的只占很少一部分,绝大部分是没有情报工作之“名”、却有情报之“实”的情况^[8]。从那些无“名”有“实”的情报行为中遴选典型案例,基于这些典型案例研究“情报”与“信息”的关系,既有说服力又有实践借鉴价值,既有理论意义也有实践意义。

在现实生活中,以 Muddy Waters Research(浑水研究公司,简称浑水)、Citron Research(香橼研究公司,简称香橼)为代表的国外做空机构做空中国海外上市的做法是典型的竞争情报行为。2010年以来,浑水先后做空东方纸业、绿诺国际等10多家中国海外上市公司,香橼先后做空了东南融通、中国生物等10多家公司。但从情报学专业角度看,国外机构做空中国海外上市公司的方法与过程基本相同。为研究方便起见,本文所说的“国外机构做空中国海外上市公司案例”是指这一类案例,案例分析的角度主要基于情报学特别是竞争情报专业视角。

从“情报学特别是竞争情报专业视角”开展案例分析,涉及了两个术语“情报”和“竞争情报”,两者是一个概念还是两个概念?以美国为代表的西方国家看来,“intelligence studies”(情报学)包括四个分支领域:军事情报、安全情报、执法情报、竞争情报/商业情报,“intelligence studies”(情报学)与“library and infor-

mation science”(图书与信息)有明确的分野。而在我国,“intelligence studies”和“Library and Information Science”是混为一谈的。从还原情报的本来面目并能与国外对接的角度看,我国的情报(intelligence)可简单分为军口情报(军事和国家安全情报)和民口情报两个领域,“竞争情报”属于民口情报领域。应该说,“情报”是个上位类概念,“竞争情报”是个下位类概念,两者的概念是有区别的,但两者的本源和重心又都是“intelligence”而非“information”,从民口情报角度看,随着竞争情报的领域从企业竞争情报向政府与国家竞争情报延伸,“情报”与“竞争情报”的区别在逐渐缩小。作者撰写本文的主要用意是通过实际案例让民口情报信息工作者更好地了解“情报(intelligence)”的要义以及“情报”与“信息(information)”的区别和联系,此处并不细究“情报”与“竞争情报”两个概念的区别,从情报学高度立意以让更多情报学界读者有所参考,而从竞争情报角度着眼可以使案例分析更透彻,使研究发现更有说服力。

1 竞争情报视角的国外机构做空中国海外上市公司的调查方法

概括说来,做空机构做空上市公司的的基本过程是:做空机构确定攻击目标;做空机构开展调查,发布做空报告;基金公司、律师事务所等相关单位共同采取行动。做空目标公司,获得经济利益。

从总体上看,对选定目标企业实施做空是一个由调查研究机构、基金公司、律师事务所等多股力量协同实施的群体行为,浑水、香橼等调查研究机构是空空的策动者和引领者。虽然这些机构针对目标上市公司联合起来集体出手的行动信号是做空公司发布做空报告,但从竞争情报专业视角来看,做空公司发布的做空报告是一个地地道道的竞争情报产品,形成产品的过程,即做空机构确定攻击目标后开展的调查过程,是研究“情报”与“信息”关系的绝好案例素材。

关于国外做空机构针对中国海外上市公司的调查过程与方法,国内学者通过专著、学术论文、网站专栏等渠道从不同角度予以揭示。代表性专著包括《猎杀? “中国概念股危机”^[9]》、《做空之祸:谁在分食中国概念股》^[10]等;代表性论文包括岳大攀、侯安扬的《浑水如何调查公司》^[11]等;代表性网站专栏文章包括周正红的《起底浑水公司:屠刀为何如此厉害?》、凤凰网财经频道《欺诈的代价——中国在美上市公司遭遇阻击》^[12]专栏等。这些文献为本文研究提供了丰富的案例素材。对这些素材进行研究,可以从竞争情报专业视角将国外机构做空中国海外上市公司的调查方法归纳为以下8种:

1.1 查阅基本资料 查阅资料是了解一家上市公司真实面目的基本工作,也是识别确定“猎杀”目标企业的基础工作。根据经验、常识以及阅读资料的初步评判,一旦确定攻击猎杀目标公司,做空机构会收集所有与这家公司有关的公开资料并作深入细致的研究。这些资料包括公司介绍资料、招股说明书、年报、临时公告、官方网站、媒体报道等。

1.2 到目标公司实地调研 这些工作包括与到目标公司生产现场实地参观、与目标公司高官电话交谈或当面交谈、与一线公司员工交谈、与公司生产现场所在地居民交谈、甚至偷偷在厂区外观察进出厂区的车辆运载情况等。

1.3 调查关联方 国外做空公司非常重视对目标公司关联方的调查。目标公司关联方包括大股东、实际控制人、兄弟公司、内部人控制的其他公司等。调查的目的是发现这些幕后公司是否掏空目标上市公司、是否帮助目标公司实现资金帐面上的“乾坤大挪移”、是否存在虚假业务往来等。

1.4 调查供应商 调查目标上市公司的供应商,主要了解供应商的产能、销量、客户及供应量构成、销售价格等。通过调查供应商的这些经营数据,可以和目标上市公司发布的有关经营数据相对比,从中可发现目标上市公司发布的经营数据是否属实,以及不属实部分虚假程度。

1.5 调查会计师事务所、律师事务所等第三方机构 调查会计师事务所、律师事务所等第三方机构,做空机构可以获得关于目标上市公司有关财务、经营业绩、关联交易等的一手信息,将这些一手信息与目标上市公司发布的财务、经营业绩、关联交易等信息进行对比,确定目标上市公司发布的财务营收信息是否真实,是否存在造假,或存在其它没有按监管规定应该披露的重要信息。

1.6 调查客户 做空机构一般会通过通过查阅资料、面对面访谈、电话访谈、网络调查书面调查等方法,对目标上市公司的客户进行调查,调查的内容包括客户细分群体分布、客户数量、客户采购量、客户采购价格、客户对目标上市公司的评价等。将这些信息与目标公司公开发布的文件资料相关内容相对比,确定目标上市公司关于销售业绩、经营收入数据、利润等关键数据是否属实,如不属实部分存在的虚构营收数据和造假情况等。

1.7 通过目标上市公司的竞争对手收集信息 作为同行,竞争对手的经营业绩、盈利水平对评判目标上市公司的同类经营指标具有重要的参考意义。做空公司往往通过目标上市公司的竞争对手收集信息,做法包括查阅竞争对手的经营资料、访谈竞争对手等。调

查的内容包括行业主要同类机构的经营状况、平均利润、成长情况、对目标上市公司的评价(特别是负面评价)等。以竞争对手企业作参照,与目标上市公司发布的经营数据和盈利数据相对比,可以发现目标上市公司公开发布的经营与盈利信息是否真实,如不属实部分存在的虚构营收数据和造假情况等。

1.8 请教行业专家 俗话说“隔行如隔山”,外行人一般很难识破内行人玩的“猫腻”。做空机构为了对目标猎杀公司实施精准打击、力争“一击毙命”,往往借助行业专家帮自己“长眼”,通过帮助行业专家帮助自己了解行业特性、产品的正常价格和盈利情况、欺诈造假常用手法伎俩及其识破办法等。

2 从本案例看“情报(intelligence)”与“信息(information)”的区别

从本案例可以看出,“情报(intelligence)”与“信息(information)”有明确的区别,主要体现在以下几点:

2.1 “情报”是人特有的面向特定决策问题处理相关信息,特别是外部相关信息的社会活动 “情报”是人类特有的社会活动,所说的情报工作都是以人为主体开展的活动,人类之外的任何主体(动物、机器等)都无法开展“情报”工作。自从“情报”一词诞生以来,“情报”就是指人类特有的活动。军口民口、国内国外、过去现在和将来,概莫能外。

“情报”是人求解特定决策问题时开展的信息处理活动。这里的“特定决策问题”主要是指人出于安全保障和风险防范的需要求解的决策问题。一般说来,世界处于永恒的变化之中,只要有变化就会对人产生影响。产生的影响可分为有利的影响和不利的两种情况。“趋利避害”是所有正常人的本能和追求。根据环境变化采取相应措施以达到趋利避害的目的,是所有情报工作的出发点。

本案例中,做空者出于防范投资风险的本能,需要求解“目标中国上市公司股票市值是否是其真实价值的反映”这类决策问题,所开展的后续信息处理工作都是根据求解这个决策总问题的需要安排实施的。

在本案例之外也可以发现,无论是军口的情报,还是民口的竞争情报,需要求解的问题都是以保障安全和防范风险为出发点。

开展“情报”活动的人关注处理的“信息”主要是与求解问题有关的外部环境信息,内部信息虽然也在关注处理范围内,但所占份量很小。这些外部环境信息属于社会意义的信息,而非“本体”层次的信息。

本案例中,做空者关注处理的信息主要是目标中国上市公司的相关信息。在本案例之外也可以发现,无论是军口的情报,还是民口的竞争情报,关注处理的

信息主要是外部信息。

2.2 “情报”的主观社会属性突出,而“信息”是客观的 “客观”在很多情况下是个受褒奖的词汇,特别是在科学研究领域,但在情报领域则不然,“信息”是客观的,“情报”具有很强的主观属性。此处的“主观-客观”主要从社会属性、哲学视角等宏观层次概括总结,并不是从个人工作态度等微观层次考虑阐述,请读者不要误解。

“一千个读者眼里有一千个哈姆雷特”,这句西方谚语凝练的“主观-客观”关系对情报工作领域“情报-信息”的“主观-客观”关系同样适用。“情报”的主观特性主要体现在两个方面,一是识别情报问题具有主观性,二是情报产生的过程和结果具有主观性。

从识别情报问题角度看,不同的人识别情报问题的能力有很大的差别,识别情报问题的能力可细分为情报意识、对核心问题的凝练把握等问题。从情报产生的过程和结果上看,不同的人的信息收集、信息甄别、信息判读分析方面的能力明显不同。

从本案例看,以混水公司创始人 Carson. Block(卡森·布洛克)、香橼公司创始人 Andrew. Left(安德鲁·莱福特)为代表的做空者既是全球金融投资领域公认的天才,也是地地道道的竞争情报顶级高手^[13]。这些做空高手具有常人难以企及的情报嗅觉和情报能力。

一般来说,公司年报、财务报表、招股说明书、交易信息等,作为一种记录是客观存在,这些信息就在那里。但不同的人都有不同的理解。一般的投资购买股票者和情报低手很难发现其中存在的问题,而情报高手则不然,往往能从常人难以发现的蛛丝马迹中见微知著,如中纪委打“老虎”一般抽丝剥茧,直道发现真相,使造假的目标公司无所遁形。

在本案例之外,由于情报工作者自身的主观因素,形成令业界叹为观止的精彩情报案例不胜枚举。“情报”具有很强的主观属性,“信息”是客观的。这是“情报”与“信息”的又一个显著区别。

2.3 “情报”是为特定用户量身定制的特供性服务和产品,传递过程具有隐秘性,“信息”是适用于众多用户的普适性服务和产品,传递具有公开性 在本案例中,做空报告就是做空者最有代表性的情报产品。这些做空报告是专为基金经理等特定用户量身定制的。在锁定目标开展调查时,都会秘而不宣,待形成做空报告后,做空者会选择合适的时机提交给其目标用户,非目标用户很难在第一时间获得这些做空报告。做空者这样能收到“出其不意、一击成功”的效果。

情报机构都有特定的用户暨服务对象,这些特定用户以决策者为主。为这些用户提供的一般都是量身

定制的特供性的情报产品和服务,如背景简况、专题研究、评估报告等。这些情报服务和产品在传递过程中具有隐秘性,即传递的情报产品只针对目标用户,并尽量不让非目标用户知晓。而“信息”一般是服务于众多用户的普适性服务和产品,即使在一定范围内传播,也是很多用户群体可以得到服务和产品,普适性属性突出。

例如,军事、国家安全、公安、执法系统、企业等,情报机构的用户非常明确,情报机构的职能就是为其用户提供量身定制的服务和产品。这些机构也都有严格的纪律和制度,保证非其情报用户不能得到这些情报服务和产品。

而图书馆是典型的信息服务机构,所有公民都可以从中获得信息服务和产品。如果这些信息服务机构感到社会满意度不高,还会采取宣传、广告等措施让更多人知晓其服务。

我国某汽车企业情报部门,由于对“情报”的特供性认识不足,将“情报”等同于普适性的信息产品,将情报产品发给企业所有中级职称的技术人员和中层干部,结果是底层的用户看得兴致勃勃,而企业高官却怒气勃发,将情报机构负责人大加训斥。后来该情报机构将该情报产品作为特供产品只向企业高层几位老总报送,受到企业高层情报用户的肯定。

2.4 “情报”不是信息素材本身,“情报”产品是在信息素材基础上分析增值形成的,高度倚重情报工作者的个人智力 从本案例可以发现,目标企业简介、公司年报、财务报表、招股说明书、交易信息等信息素材本身并不是情报,将这些信息素材本身传递给用户并没有多大价值。而在这些信息素材基础上,进行分析增值,面向需要求解的问题,得到清晰的判断,形成可供用户决策行动的做空报告才是做到位了的情报工作。而在信息素材基础上,透过目标公司精心设计的信息防御,识破其骗局和圈套,需要高超的智力。而卡森·布洛克等做空者正是这些具有高超情报智力的情报高手。

文献资料、动态信息、学术论文、专利数据、产品说明书、公司年报、财务报表、招股说明书、交易信息等,都是客观的信息素材,是从不同侧面记录反映了与研究对象有关的事物运动和变化,但这些信息素材本身不是“情报”。情报工作者只有面向用户求解决策问题的需要,根据需要收集信息素材,对信息素材进行整理、甄别、比对、分析等智力增值,使有效信息逐渐集聚,使有关信息素材的情报含义逐步清晰,才能最终形成对于用户有明确含义的情报产品。而这些情报产品的质量和水平很大程度上取决于情报工作人员的专业和智力水平。同样的情报问题和信息源,不同的情报

人员对信息的利用水平、形成的最终情报产品水平大相径庭,情报服务与产品高度倚重情报工作者的个人智力。

2.5 “情报”高度倚重一手信息,仅靠文献资料等二手信息很难得到高质量的情报 从案例中可以发现,做空者锁定目标公司开展相关调查时,尽管也会尽可能详尽地收集分析与目标公司有关的基本资料等二手信息,但最精彩的地方却是一手信息的收集工作,包括到目标公司实地调研,调查关联方、客户、供应商、第三方机构,请教目标公司竞争对手和行业专家等。只有花费很大的气力和经费高质量开展一手信息的收集工作,卡森·布洛克这些做空者才能彻底剥去造假目标公司的画皮,形成令人惊叹的高质量情报产品。高质量的情报产品高度倚重一手信息,仅靠文献资料等二手信息很难得到高质量的情报,本案例是对此最好的说明。

近年来,一些科技情报机构将“事实型数据”奉为圭臬,几乎倾尽力量用于所谓“事实型数据”工作,以为有了这些所谓的“事实型数据”,就掌握了“事实”,就能做好情报工作,其实不然。上市公司年报是“事实型数据”吗?卡森·布洛克们告诉科技情报工作者——未必!竞争情报关于“虚软”信息与“实硬”信息转化关系及其对竞争情报工作的指导意义的研究表明,二手信息几乎都是完全“实硬”的信息,而处于“虚软”状态的一手信息才是高水平开展情报工作的保证^[14],本案例是对此最好的说明。

2.6 “情报”具有可据此采取行动的的特性,情报能够增进经济收益,“信息”没有这些特性 在本案例中,做空者的做空报告是最具典型意义的情报产品,以基金经理们为代表的情报用户得到这类情报产品后,可以迅速采取行动,或抛售目标公司股票,或代表投资者按照法律起诉目标公司,或按照股票交易所的规定将目标公司摘牌,充分体现了情报产品具有“可据此采取行动(actionable)”的特性。“信息”具有“可据此采取行动”的特性吗?没有!如果投资者仅仅根据目标公司年报、财务报表等信息做出投资决定,很可能上当受骗,造成经济损失。2011年《中欧商业评论》发表了一篇题为“下一场战争是情报”的文章,介绍了一个“误把“信息”当“情报”,吃亏赔钱很寻常”的案例,说明“信息”不具有“可据此采取行动”的特性^[15]。

卡森·布洛克们做空海外中国上市公司的案例,也是一个高质量情报带来丰厚经济收益的典型案列,用活生生的事例说明情报具有能够增进经济收益(也包括避免损失、免遭损害)的特性。这个案例也用活生生的事例佐证了流传在美国竞争情报界的一句名言“Information Cost Your Money, Intelligence Make Your

Money!)(信息花钱,情报赚钱!))。

3 从本案例看“情报(intelligence)”与“信息(information)”的联系

从本案例也可以看出,“情报(intelligence)”与“信息(information)”也有密切联系,主要体现在以下几点:

3.1 “信息”是“情报”的基础,“情报”是“信息”智力增值的产物和结果 从本案例可以看出,卡森·布洛克们推出的情报产品——做空报告,以及根据情报产品采取行动带来的后果和影响令人震撼不已。但这种情报产品的形成是以收集查阅本底资料、到目标公司实地调查、访谈第三方等信息工作为基础的。没有信息工作的基础,即使神奇如卡森·布洛克、安德鲁·莱福特这些令中国海外上市公司谈之色变的情报高手,也不可能一眼看穿行骗企业的真实面目,形成震惊世人的情报产品。情报是信息智力增值的产物,是在信息素材原料基础上不断定向智力价值形成的结果。没有信息工作这个基础,情报工作也就成了空中楼阁和无米之炊。

3.2 信息工作的质量和水平对情报工作的质量和水平有至关重要的影响 从本案例也可以看出,卡森·布洛克们推出的情报产品——做空报告,以及根据情报产品采取行动带来的成效固然体现了做空者们的惊天神功,但仔细研究其信息阶段所做工作就可以发现,做空者们之所以能产出令人震惊的情报产品,高质量的信息工作起到了至关重要的作用。卡森·布洛克们在信息工作阶段下足了功夫,所做信息工作质量和水平之高令人叹为观止。他们收集本底资料,将资料的收集利用发挥到了极致。他们收集信息,决不仅限于公司介绍、公司年报、财务报表、交易信息这些二手信息,而必然会毫无例外扎扎实实地开展到目标公司实地调查、访谈用户、竞争对手、第三方机构、行业专家等一手信息收集工作。从竞争情报专业角度看,卡森·布洛克们开展信息收集工作时,利用的信息源、使用的信息收集方法几乎覆盖了竞争情报收集理论方法文献中所有的内容^[16]。有了高质量的信息工作,高质量的情报工作一般来说是自然而然、顺理成章的事情。

3.3 “信息”与“情报”重心不同,但二者服务的主线一致,互为依托,互动耦合 本案例还表明,从服务决策用户角度看,用户的关切和需求基本上遵循这样的主线:发生了什么?(事实是什么?)→对我意味着什么?→我该怎么办?“信息”和“情报”服务的这条主线是一致的,但两者重心不同。“信息”的重心是求解“发生了什么或事实是什么?”这个环节的问题,而“情报”的重心是求解“对我意味着什么以及我该怎么

办?”这两个环节的问题。很显然,三个环节依次递进、相互依托、交互印证、共同消长。因此,“情报”和“信息”两者是互为依托、互动耦合的关系。

4 对做好情报工作的启示

本文基于国外机构做空中国海外上市公司案例,从情报学特别是竞争情报专业视角研究阐释了“情报(intelligence)”与“信息(information)”的相互关系。由于“情报(intelligence)”与“信息(information)”的关系非常复杂,选择的视角不同,研究的发现就会不同。本文仅从有限的几个视角研究了二者的区别和联系,旨在帮助中国情报学界同仁厘清两者的关系和重心,有助于业界同仁结合自身工作,成为新形势下中国情报学事业发展的推动者,推动中国情报学回归本来面目,为实现新时期情报工作有为有位而共同努力。

参考文献

- [1] 沈固朝. 两种情报观: Information 还是 Intelligence? ——在情报学和情报工作中引入 Intelligence 的思考[J]. 情报学报, 2005, 24(3): 260-267.
- [2] 王洪林, 赵冰峰. “科技情报”改“科技信息”后的反思[J]. 情报杂志, 2014, 33(6): 1-3.
- [3] 陈峰. 美国同行的“民口情报”认知与实践——富德—格拉德—赫林竞争情报学院管窥[J]. 情报杂志, 2013, 32(8): 1-6.
- [4] 包昌火, 李艳. 情报缺失的中国情报学[J]. 情报学报, 2007, 26(1): 29-34.
- [5] 包昌火, 包焱. 包昌火、包焱. 中国情报工作和情报学研究[M]. 北京: 科学出版社, 2014: 589-590.
- [6] 包昌火. 这里的黎明静悄悄——再谈 intelligence 与中国情报学[J]. 图书情报工作, 2009, 53(8): 5-7.
- [7] 包昌火. 让中国情报学回归本来面目[J]. 情报杂志, 2011, 30(7): 1.
- [8] 陈峰. 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[J]. 情报理论与实践, 2014, 37(8): 1-5.
- [9] 叶有明, 王钊. 猎杀? “中国概念股”危机[M]. 上海: 复旦大学出版社, 2011.
- [10] 石俊. 做空之祸: 谁在分食中国概念股[M]. 杭州: 浙江大学出版社, 2013.
- [11] 岳大攀, 侯安扬. 浑水如何调查公司[J]. 新世纪, 2012(2)
- [12] 凤凰网财经频道专栏. 欺诈的代价——中国在美上市公司遭遇阻击[EB/OL]. [2015-03-15]. <http://finance.ifeng.com/stock/special/zggng/>.
- [13] 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: 241.
- [14] 陈峰, 梁战平. “信息硬化”概念及其对竞争情报工作的指导意义[J]. 情报学报, 2003, 22(3): 375-379.
- [15] 陈峰. 下一场战争是情报[J]. 中欧商业评论, 2011(7): 65-69.
- [16] 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: 62.

(责编: 贺小利)