

中国商情数据库发展现状及对策研究

冷伏海

王巍 张学福

(中国科学院文献情报中心 北京 100080) (黑龙江大学信息管理系 哈尔滨 150080)

[摘要] 概述我国商情数据库的总体发展现状,依据细化的主题,深入分析各类商情数据库的发展状况和存在的问题,提出发展中国商情数据库的基本对策。

[关键词] 商务情报 商情数据库

[分类号] G250.74

The Status Quo of the Development of Chinese Business Databases and the Countermeasures to Further Develop Them

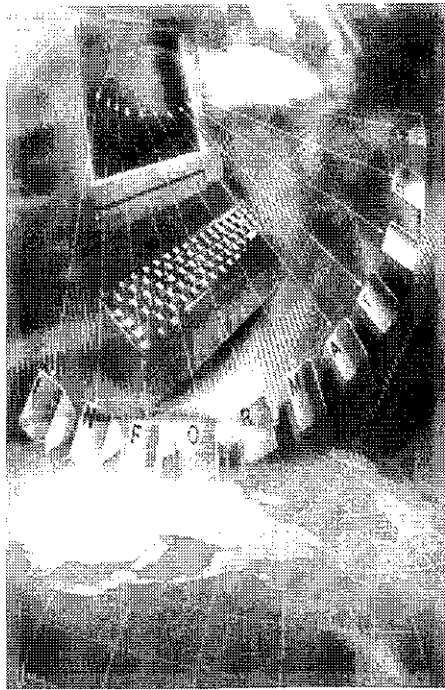
Leng Fuhai

Wang Wei Zhang Xuefu

(Documentation and Information Centre, CAS) (Department of Information Management, Heilongjiang University, Harbin)

[Abstract] Summarizes the overall current situation of Chinese Business Databases, then specifically analyses the developing condition and existing problems of each type of business databases, and lastly puts forward the fundamental countermeasures to further develop Chinese Business Databases.

我国商情数据库的发展始于 80 年代初,“七五”后半期迅速兴旺起来。早期是以国家计委的经济信息系统及其数据库的建设为标志的。从 80 年代末 90 年代初到 90 年代中期,商情数据库的数量和类型随着数据库的发展大为增加。1990 年数据库总数为 655 个,经贸类占 5.49%; 1991 年数据库总数为 805 个,经贸类



占 16%; 1995 年数据库总数为 1038 个,经贸类占 28.61%; 其中未包括广泛分布在工程技术类、法律类中的产品、企业、经济、标准、专利、市场、统计等数据库^[1]。按 1995 年版《中国数据库大全》统计,商情类数据库有 319 个^[2]。这些商情数据库在建立社会主义市场经济和国民经济信息化的过程中发挥了重要的作用,在为企业服务的信息资源开发与利用中,做出了榜样,并取得了应有的经济和社会效益。总的来说,我国商情数据库产业有了新的变化^[3]。企业的信息需求包括国家宏观经济信息、市场行情、商业信息、行销信息、物价信息、融资信息、政策信息等^[4],而这些信息需要通过利用诸如公司信息库、产

品信息库、市场信息与贸易信息库、金融信息库、法规与税收信息库、专利、商标与标准信息库才能获得。美国是世界上数据库业起步最早的国家,目前在世界范围内,仍占据极大优势,而西欧各国也在奋起直追^[5]。因此,结合美、欧发展商情数据库的总体做法和细化主题类型下数据库的开发策略,探讨中国商情数据库发展的现状和存在的问题,对加强我国商情类数据库信息资源的全面系统开发,满足各类企业的多样化信息需求,具有重要意义。

1 中国商情数据库的发展现状

表 1

数 量 项 目	类 型	公司 信息 数据库	产品 信息 数据库	市场贸易 与统计信 息数据库	金融 信息 数据库	法规与 税收信 息数据库	专利、 商标与 标准信 息数据 库
总计		75	68	100	14	27	35
数据库生产者	政府机构	66	62	98	6	25	29
	商业与企业集团	9	6	2	8	2	6
更新周期	年	17	14	16	4	8	11
	半年	3	6	0	0	2	10
	季	2	1	2	1	6	4
	月	1	3	16	1	1	0
	周	1	2	0	0	0	1
	日	0	2	6	1	0	0
	其他	51	40	60	7	10	9
语种	中文	71	68	97	13	27	34
	英文	8	4	4	1	4	15
	其他	0	0	0	0	0	0
数据库数据时间跨度	近期	2	5	1	0	0	1
	1年	11	7	6	1	0	1
	2年	6	1	5	2	0	3
	3年	5	9	6	1	1	1
	4年	3	0	1	4	0	1
	5年	5	4	5	1	0	0
	7年	1	2	2	0	0	0
	10年	0	0	0	0	0	4
	15年	1	0	5	0	1	0
	16年	0	0	0	0	1	4
	46年	1	1	7	0	12	0
其他	40	39	62	5	12	20	

对《中国数据库大全》的商情数据库进行分类统计,得表 1。通过此表可在数量、更新周期、数据时间跨度上了解商情数据库的现状。但若从现实发展中存在的问题出发深入分析细化主题类型,则这种统计无助于发现针对性问题,无法借鉴欧美的作法,找出差距,并为进一步的发展对策提供基础分析。因此,下面将从上述 6 大类的细化主题类型上对现状进行分析。

1.1 公司信息数据库发展状况

公司信息数据库的细化类型主要包括公司名录、公司财政详情、公司负责人简介、公司归属、公司新闻、公司评价等。此类库有 75 个,占商情库的 23.5%。通过对 75 个公司信息数据库的进一步统计,得表 2。

表 2

主题 类型	公司 名录	公司财 政详情	公司 评价	公司 负责人	公司 所属	公司 新闻
数量 (个)	72	3	0	0	0	0

由表 2 可知:

- 公司名录库数量之多,几乎占据了公司信息库的全部,但综合性的全国企业名录库收录企业的数量与实际相差很远,行业性和地方性企业名录库也没有覆盖所有行业和地区。名录库制作最简单,但国内收录超过百万企业的公司名录库只有 3 个,最多的《中国企事业单位资讯数据库》收录 300 万条,《中国百万商务通讯数据库》只收录 200 万家企业,这与中国上千万的工商企业差距很大。而美国《邓白氏的电子黄页》和《邓白氏市场注册公司名录》则分别收录了 820 多万家和 270 多万家。这里当然有美国数据库业历史长、资金足的原因,但邓白氏公司多达 2 000 名的商业分析员每年采访上百万个企业经理,以及通过“电话销售”渠道直接邮寄信件,利用政府文件和其他形式获得信息的数据采集力度应是最主要的因素。

- 公司财政信息数据库应满足用户对投资调查、公司资信调查、公司财务分析评估、行业竞争者分析、市场趋势预测、有价证券管理等信息的需求。我国在此方面的 3 个数据库还只停留在公司财务的数据统计上,根本不是通过专门商业与财务分析员依据上述需求分析而形成的研究报告。

- 公司资信评价与详细背景、公司归属、公司兼并与收购、公司负责人简介数据库均是空白。这说明数据库生产者还未全面了解用户对公司信息的全面需求。随着我国经济结构调整的不断深入,企业间的并购与重组成为增强企业活力,优化运营机制的有效手段,竞争日益剧烈,企业交往增多。无法提供上述信息的状况不仅反映出我国公司数据库的结构缺陷,而且也说明我国公司信息的加工还停留在表层水平。我国的数据库生产者缺少具有经济、商业、财务、营销管理等方面的分析研究人员及适用的软件工具。

- 缺少公司新闻库。市场形势瞬息万变,掌握有关公司的动态信息,能够帮助企业及时把握机会和躲避风险,了解竞争对手及行业发展趋势,增强企业的市场竞争力。公司

新闻库的缺乏说明我国传统数据库生产商还停留在对二次信息的采集上。虽然有了新华社开办的国中网及其信息资源,但新闻及报业集团还没有全面参与到数据库产业中来,发挥其信息服务的现代职能。而作为公司新闻库这类事实库,如果完全依赖传统信息服务部门的文献信息采集加工方法和途径,是不能保证生产出数量和质量俱佳且为企业所需的数据库的。新闻与报业在这类事实数据的采集加工方面具有固定的人员、组织、方法和技术优势,他们的参与不仅有助于包括新闻库在内的事实库的生产和服务,也势必将报业和新闻的产业化和商品化机制及其优势带入我国的商情数据库产业中来,甚至能够解决商情数据库产业资金、人员和技术、机制、市场需求诸多方面存在的问题,使商情数据库在我国得到突破性的发展。

1.2 产品信息数据库发展较快

有关企业及其产品、市场行情、价格信息的数据库实用性强、需求量大,80年代末90年代初已呈现出良好的发展势头。国内几个主要的数据库生产商和政府部委的信息机构都在早期就开发生产了容量和质量较高的产品数据库,而且累积投入生产和维护的资金最高,并已进入世界数据库市场^[6]。有人认为,到目前为止,我国商情数据库的经典之作应该首推“万方数据”的“中国企业、公司及产品数据库(CEC-DB)”^[7]。此次统计中,产品库有68种,占商情库的21.3%,另外,在1990年初,我国开发出了若干个价格信息数据库,近年来又略有增加^[8]。

但产品库生产存在重复建设问题,如万方已有那么好的产品库,国家信息中心和天津信息中心还在开发《中国产品库》和《中国产品信息数据库》;新产品库只有一些地方性的,而且大多数是欠发达地区开发的新产品库,还未有全国性、哪怕是全国行业性的新产品库,这些都限制了企业的技术进步和市场竞争力的发挥。

1.3 市场贸易与统计信息库是第一大类数据库

上述两类库有100个,占我国商情库总数的31.35%,因此是第一大类数据库。这与全国范围的统计局系统和经济信息系统较完善的组织、技术、法规状况是一致的。另外,虽然国家信息中心制作了几个非常好的市场贸易库,但由于其原有目标是为政府决策服务的,如何转向市场,为企业服务,深入开发这一类政府信息资源还是一个亟待解决的问题。要把这些数值信息库进行深加工,形成像美国预测公司这样的产业化市场信息公司,并生产出商品化的公司年度报告文

摘、新产品公告全文库、市场与技术总览等有统计、有分析、有报告、面向企业的数据库产品,还需进一步作出努力。

1.4 金融类数据库尚有待发展

金融信息数据库有14个,占4.3%。按金融库的细化主题类型,还缺少银行和综合金融库。据《中国数据库大全》等文献报道,只有证券和股票信息有两个较好的数据库,且均是数值库,无全文库。另外,多数的金融信息库是地方银行的内部业务数值库,其保密性和安全性的局限使之均不宜进入市场为企业服务。据文献报道,从不同主题的数据来看,金融数据库目前占据市场很大份额,如欧洲1993年这个比例为62.3%^[9]。我国各类报业和广播电视机构开展的新闻性金融信息服务繁荣得很,但是这类单位开发的金融信息库资源却未在《中国数据库大全》中反映出来,这也在一定程度上反映了我国商情数据库条块分割与封闭的状态较为严重。

1.5 其它数据库的发展状况

法律数据库有35个,占10.9%,但专利和标准库开发得很好,有的专利库已进入世界数据库市场,标准的光盘全文数据库系统及其产品也相继问世^[10]。但是《中国数据库大全》中未见报道商标库的情况,商标库是一种基于内容的多媒体库系统产品,因此也反映出我国商情库产品还停留在文字型,多媒体型的商情库还有待开发和市场化。

2 中国商情数据库的发展对策

在1997年的第一次全国信息化工作会议上,原国务院信息化工作领导小组颁发了《国家信息化规划纲要》,确认了信息资源的开发利用在信息化工作中的核心地位,并取得了各方面的高度认同,这是一个重要突破^[11]。另外,从世界数据库产业的发展趋势^[12]和中国数据库产业发展的状况看^[13],商情数据库是数据库信息资源开发的核心也是不争的事实。

2.1 关键是数据库的市场化

它有两层含义:一是数据库及其提供的信息服务要商品化;二是数据库的生产和销售要产业化。这是需求导向、竞争机制、规模经济与范围经济的要求,也是向国际数据库市场靠拢的关键^[14]。商情库存贮的数据价值高,能够产生明显的经济效益,而大量的企业用户是推动数据库走向市场化的原动力。因此,应该将商情数据库的市场化摆在数据库市场化的首位。过去,商情数据库的开发多数是政府、银行等机

构的内部行为,而现在要转变为企业化,转变为商业化服务。商业化信息内容的开发者,要着眼于培育市场,要解决开发者的生存空间问题,对具有开发价值和网上传输价值的信息资源要有规定,信息源拥有者不能垄断或哄抬价格,要形成本行业合理的价格机制和公平的竞争机制,保护信息资源开发者的知识产权。

2.2 加强商情信息分析人员队伍的建设

扩大商情数据库信息的采集,提高商情信息的加工质量,商情信息分析人员队伍的数量和素质是关键。国外著名数据库生产商及其名牌商情库的发展表明,具有一定数量的信息技术和商贸、金融、财务等专门素质的专、兼职的商情信息分析人员是生产和提供规模大、容量多、质量好、层次高的商情数据库的重要保障。

2.3 加强开放与合作^[15-18]

合作与开放是数据库产业发展的必由之路。首先,作为一个数据库生产商和提供商,无论从资金、技术和用户来讲都受到地区、行业、部门的限制,不可能有一支非常庞大的适合于商情信息采集分析加工的队伍,而大众媒体产业、政府部门及其信息系统和金融经贸行业都具有大量反映迅速、专业对口、技术精湛的信息采集分析人员。其次,政府掌握着80%的信息资源,大众媒体和金融证券经贸业也拥有大量的信息资源,创造合作与开放的信息基础环境,可以合理利用这些信息资源面向企业用户进行专业化服务。数据库是一个大器晚成的行业,没有包括风险投资机制在内的融资机制,单靠政府和传统的数据库生产者本身,无法承担这一信息化中具有关键地位的产业发展的重担。因此,有必要与国内外IT业、通信业、大众媒体业、实力雄厚的数据库生产和提供商合作,通过上市、并购、合资等形式,集纳必要的资金。这也有助于技术上的发展,大众媒体业、通信业、IT业在先进的数据库技术、网络技术和多媒体技术方面具有极大优势,合作和开放必将促进诸如商标、产品和企业等大型、多媒体数据库的开发。大众媒体业、政府、电信业原有的用户市场容量,有助于数据库产业的市场化。最后,应利用上述产业

的品牌和形象优势,促进数据库产业名牌产品的形成,真正做到以库养库,使商情数据库产业走上良性发展的道路。

参考文献:

- 1 谢新洲. 商业经济信息处理和检索. 北京:书目文献出版社,1994
- 2 国家计划委员会等. 中国数据库大全. 北京:中国计划出版社,1986
- 3 汪向东. 信息化:中国21世纪的选择. 北京:社会科学文献出版社,1998
- 4 张聿忠. 社会主义市场经济环境下社会科学信息用户需求与对策研究. 情报资料工作,1999(3):5~10
- 5 谢新洲等. 欧美数据库产业的发展现状. 情报学报,1997,16(6):434~442
- 6 本刊记者. 为构筑中国信息大厦添砖加瓦——访万方数据公司总经理朱伟. 中国信息导报,1996(3):38~40
- 7 潘继财. 我国商情类数据库的现状 & 开发策略. 情报学报,1998,17(5):321~324
- 8~9 同5
- 10 郭士毅. 我国标准信息处理手段的开发、预测和发展. 中国信息导报,1996(3):21~22
- 11 高新民. 如何树立信息资源开发利用的核心地位. 计算机世界,1999—08—02(C13)
- 12 同5
- 13 张 菁. 我国商情数据库的发展对策. 中国信息导报,1998(5):30~31
- 14 乌家培. 信息经济与知识经济. 北京:经济科学出版社,1999
- 15 倪小恒. 信息资源建设外热内冷. 计算机世界,1999—07—12(D1)
- 16 黄 果. 报业如何应对网络时代. 计算机世界,1999—08—09(D2—D3)
- 17 何 涛. 国中网中国业务总监麦京庆谈成功的背后. 计算机世界,1999—08—02(DA19)
- 18 刘献军. 品牌、内容、合作——ICP成功的三要素. 计算机世界,1999—07—12(D3)

[作者简介] 冷伏海,男,1963年生,教授,中国科学院文献情报中心在读博士生,黑龙江大学信息管理系副主任,

发表论文30余篇,编著8部。

王 巍,男,1973年生,助教,北京大学在读硕士研究生,发表论文5篇。

张学福,男,1966年生,副教授,发表论文20篇,编著5种。