

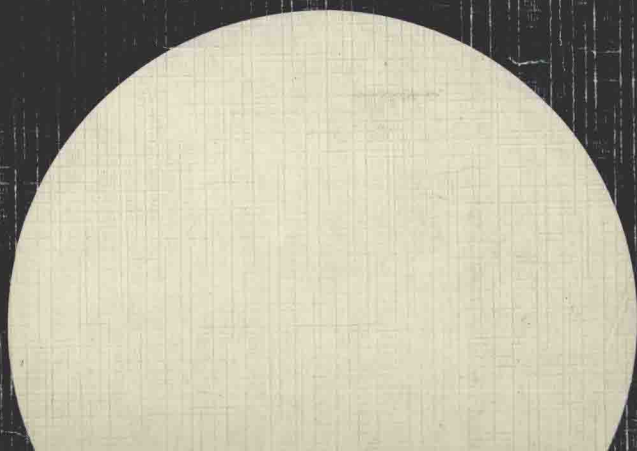
总主编 孙尚清

社会主义市场经济 十万个为什么

信息市场与广告市场

主编 唐忠朴
董齐亮

光明日报出版社



社会主义市场经济
十万个为什么

信息市场与广告市场分册

主 编 唐忠朴 董齐亮

副主编 周国印

光明日报出版社

本书顾问

马 洪	吕 东	袁宝华	陈锦华
王梦奎	贺光辉	宋 涛	厉以宁
			吴敬琏

社会主义市场经济十万个为什么

本书编委(按姓氏笔划排列)

马 林	毛宗城	孙繁来	甘藏春	刘玉珠
刘东升	刘凯湘	陈 卫	汪尧田	宋晓梧
张友桢	林其辉	周国印	赵海宽	贺耀敏
倪小庭	秦池江	唐忠朴	徐海斌	贾履让
董齐亮	程秀生	焦勇夫		

本书执行主编

倪江江 罗亚奇

撰稿人

武海生

黄震喜

陆永阳

新登县市义主会并

董事长

林忠敬

副主

中国周

副主席

并编出册日即光

(7) 为什么信息已成为综合国力的重要组成部分? (1)

(8) 为什么信息是影响生产力的重要因素? (1)

(8) 为什么未来社会是科技革命带来的信息社会? (2)

信息市场与广告市场分册目录

(9) 为什么改革开放以来我国的信息业有了进一步发展? (2)

(10) 为什么传统的计划体制束缚了信息业的发展? (2)

(10) 为什么信息是现代社会人类消费的重要资源? (3)

(11) 为什么社会经济生活多样化日益增强? (3)

为什么信息、知识、智力日益成为社会发展的决定性力量? (3)

为什么信息劳动者、脑力劳动者、知识分子的作用日益增大? (4)

为什么人类社会已进入了“信息爆炸”的时代? (4)

为什么信息很早就存在于大自然界和人类社会? (5)

为什么信息是事物存在方式和运动状态的反映? (5)

为什么信息是人类对事物存在方式和运动状态差异的综合反映? (5)

为什么知识是信息的一部分? (6)

为什么情报是一种特定的人类信息? (6)

为什么信息区别于物质? (7)

为什么信息区别于能量? (7)

为什么信息是一切物质的普遍属性?	(7)
为什么信息具有广泛性?	(8)
为什么信息具有可分享性?	(8)
为什么信息具有可感知性?	(8)
为什么信息具有可处理性?	(9)
为什么信息具有时效性?	(9)
为什么信息具有可传递性?	(9)
为什么信息具有可转换性?	(10)
为什么信息具有对物质载体的不可分性?	(10)
为什么文字的产生是人类信息史上的“第一次革命”?	(10)
为什么纸的发明是人类信息史上的“第二次革命”?	(11)
为什么印刷术的发明是人类信息史上的“第三次革命”?	(11)
为什么电报、电话的出现是人类信息史上的“第四次革命”?	(12)
新闻报道业发展经历了哪几个时期?	(12)
出版产业的发展历史简介	(12)
为什么期刊、报纸的出现扩大了信息传递的时空?	(13)
为什么图书馆事业的出现与发展奠定了信息交流社会化的基础?	(13)
为什么邮政事业的产生和发展加速了信息交流社会化的发展?	(13)
为什么交通运输工具的发展推动了信息交流社会化的发展?	(14)
为什么信息能促进物质资源的开发?	(14)
为什么信息科学是认识和利用信息的边缘科学?	(14)
为什么信息论、控制论和系统论是信息科学内部结构的三大支柱?	(15)

为什么人工智能理论是信息科学中最活跃的分支？	(15)
为什么信息技术、信息产业和信息经济日益成为科技、经济、社会发展的主导因素？	(16)
为什么信息技术产业化加快了信息社会的进程？	(16)
为什么信息技术促进了生产的增长？	(16)
为什么信息技术产业化开创了生产的新局面？	(17)
为什么信息技术产业化改变了传统的就业结构？	(17)
为什么信息技术推动了社会经济组织的变革？	(17)
为什么信息技术产业化促进了人的脑力劳动的解放？	(18)
为什么信息技术是扩展人类信息器官功能的技术？	(18)
为什么信息技术提高了人类利用信息的能力？	(18)
为什么信息技术拓展了市场的范围？	(19)
为什么信息技术正在迅速改变了人类的生活方式？	(19)
为什么信息技术推动了教育事业的发展？	(20)
为什么信息技术使本国的文化统一性加强？	(20)
为什么信息技术使国家与国家之间出现了文化融合的趋势？	(20)
为什么信息产业的发展水平是社会经济现代化的标志？	(21)
为什么信息产业的发展日益成为国民经济发展的动力？	(21)
为什么信息产业是国民经济的先导产业？	(21)
为什么信息产业是跨世纪的产业？	(22)
为什么信息产业的发展意味着工业化经济向信息化经济的转变？	(22)
什么是传统的信息产业和新兴的信息产业？	(23)
为什么信息产业是新兴的战略型产业？	(23)
为什么信息产业是国际竞争十分激烈的领域？	(23)

什么是狭义的信息产业和广义的信息产业?	(24)
什么是一次信息产业部门和二次信息产业部门?	(24)
什么是信息技术产业和信息服务产业?	(24)
为什么我国的信息产业与发达国家相比还有相当大 的差距?	(24)
我国信息产业比较落后的原因是什么?	(25)
为什么信息产业是知识、技术密集型产业?	(25)
为什么信息产业是高就业型产业?	(26)
为什么信息产业是高渗透型产业?	(26)
为什么信息产业是省物质资源、省能源、无公害型 的产业?	(26)
为什么信息产业是高增值型的产业?	(27)
为什么信息产业是高投入型产业?	(27)
咨询业发展经历了哪几个阶段?	(27)
一般性的咨询服务有哪几种?	(28)
为什么咨询是一种独立的服务工作?	(28)
为什么信息咨询具有科学性?	(28)
为什么咨询具有自主性?	(29)
什么是企业咨询?	(29)
企业咨询的一般程度是什么?	(29)
什么是自主性咨询和制度性咨询?	(30)
什么是综合咨询、专业咨询和专题咨询?	(30)
什么是内部咨询和外部咨询?	(31)
什么是短期咨询、中期咨询和长期咨询?	(31)
为什么信息商品化是经济发展的必然趋势?	(31)
为什么信息商品的价格更多地取决于市场上的供求 关系?	(32)
为什么稀缺性和获利可能性是影响信息商品价格的	

重要因素?	(32)
为什么信息商品的价值具有差异性?	(32)
什么是信息商品的效益价值?	(33)
什么是信息商品的效用价值?	(33)
为什么信息商品效用价值具有多维性和累积性?	(33)
什么是信息商品的使用价值?	(34)
什么是信息商品的劳动价值?	(34)
为什么信息商品的劳动价值具有不确定性?	(35)
什么是信息经济学?	(35)
什么是经济信息?	(35)
为什么经济信息的针对性较强?	(36)
为什么经济信息具有连续性?	(36)
为什么经济信息的有序化程度较高?	(36)
为什么经济信息的外延小于信息?	(36)
什么是经济信息的边际成本?	(37)
什么是经济信息的机会成本?	(37)
什么是经济信息市场?	(37)
为什么信息市场的发展要有合理的价格制度和较高 的法制系统?	(38)
什么是单向对应型信息市场和网络型信息市场?	(38)
什么是固定型信息市场和流动型信息市场?	(38)
为什么买方市场是信息市场的发展趋势?	(38)
什么是科技信息市场?	(39)
为什么专利设置和管理有利于保护信息商品生产者 和使用者的权益?	(39)
什么是市场经济信息?	(40)
为什么市场信息必须产生于市场?	(40)
为什么市场信息是实现宏观经济调控的重要因素?	(40)

为什么市场信息是沟通生产与消费联系的工具？	(41)
为什么市场信息是促进商品流通的重要工具？	(41)
市场信息技术现代化的主要内容是什么？	(41)
为什么市场信息的组织和管理要遵循准确原则？	(42)
为什么组织与管理市场信息必须遵循及时原则？	(42)
为什么市场信息的组织与管理必须遵循适用原则？	(42)
为什么市场信息的组织与管理必须遵循系统原则？	(43)
为什么市场信息的组织与管理要遵循经济原则？	(43)
为什么市场信息具有很强的传递性？	(44)
市场信息的主要应用方法有哪几种？	(44)
为什么市场信息是企业参与国际竞争的前提？	(44)
为什么市场信息处理过程依赖于管理？	(45)
为什么市场信息是多信源、多信宿、多信道的 (综合信息)？	(45)
为什么市场信息具有活跃性、时效性强的特征？	(45)
为什么市场信息具有双向流动性？	(46)
为什么市场信息不一定指交易行为所产生的信息？	(46)
为什么市场信息具有管理功能？	(46)
为什么市场信息具有效率功能？	(47)
为什么市场信息具有智能功能？	(47)
什么是内源信息流和外源信息流？	(47)
什么是原始信息和加工信息？	(48)
什么是定性信息和定量信息？	(48)
什么是正式信息和非正式信息？	(48)
什么是固定信息和不固定信息？	(49)
什么是过去信息、现在信息和未来信息？	(49)
什么是内部信息和外部信息？	(49)
什么是系统性信息和非系统性信息？	(50)

为什么市场信息流具有相对的独立性?	(50)
为什么市场信息流动要受社会心理因素的影响?	(50)
什么是辐射型市场信息流?	(51)
什么是纵向信息流和横向信息流?	(51)
为什么市场信息对物流、商流具有导向作用?	(51)
为什么市场信息流对物流、商流具有一定的依附性?	(51)
为什么企业的内部信息是做好信息工作的前提?	(52)
为什么企业要向其它企业提供信息?	(52)
为什么企业要向消费者提供信息?	(52)
为什么企业要向情报部门提供信息情报?	(53)
为什么企业要向上级主管部门提供信息?	(53)
为什么企业要向国家宏观管理部门提供信息?	(53)
为什么在市场经济中企业应与学术界、教育界保持良 好的关系?	(54)
为什么在市场经济中企业要与舆论界保持长期联系?	(54)
为什么在市场经济中企业要与消费者建立良好的 关系?	(54)
为什么市场信息的传递有着明确的目的性?	(55)
为什么市场信息的传递有着特定的形式?	(55)
为什么市场信息传递应处理好传递类型之间的关系?	(55)
为什么市场信息的传递应利用多种渠道?	(56)
为什么市场信息的传递是一个主动的控制过程?	(56)
什么是市场信息的预测?	(56)
市场信息预测的主要方式是什么?	(57)
为什么市场信息预测有利于企业的经营管理?	(57)
为什么市场信息的预测是企业经营活动获得成功的 保证?	(57)
为什么市场信息的预测有利于企业提高竞争能力?	(58)

总体目标对市场信息的要求是什么？	(58)
多目标决策对市场信息的要求是什么？	(58)
单项目标决策对市场信息的要求是什么？	(59)
确定性决策和非确定性决策对市场信息的要求是 什么？	(59)
局部决策对市场信息的要求是什么？	(59)
为什么程序化决策的信息来源的可靠性强而又渠道 固定？	(60)
为什么非程序化决策所需要的市场信息以预测性为 主？	(60)
为什么企业中长期计划所需的市場信息应带有综合 性？	(60)
为什么企业中长期计划所需的市場信息带有战略性？	(61)
为什么企业中长期计划所需的市場信息应带有系统 性？	(61)
为什么企业中长期计划所需的市場信息应有较长 的时效性？	(61)
为什么企业中长期计划所需的市場信息以预测性 为主？	(62)
竞争型决策对市场信息的要求是什么？	(62)
风险型决策对市场信息的要求是什么？	(62)
什么是市场信息的经济效益？	(63)
为什么评价市场信息的经济效益要从多方面考虑？	(63)
为什么市场信息经济效益的实现具有间接性？	(63)
为什么评价市场信息效益要考察其潜在社会效益？	(64)
为什么要撰写市场信息调研报告？	(64)
什么是市场信息的调查表？	(64)
为什么市场信息的调研是企业搞好管理的前提？	(65)

为什么市场信息的调研是企业开拓市场的需要?	(65)
为什么市场信息调研是企业进行正确决策的需要?	(65)
为什么政府管理部门是市场信息的可靠提供者?	(66)
为什么在市场经济中企业仍需要政府的计划信息?	(66)
为什么信息资源是一种动态资源?	(66)
为什么信息资源是一种能够共享的资源?	(67)
为什么信息资源是一种可以重复使用的资源?	(67)
为什么信息资源是一种伸缩性很强的资源?	(67)
为什么信息资源是一种具有特殊传输方式的资源?	(68)
为什么手抄型文件是最为原始的文件信息源?	(68)
为什么文件信息源是一种最便于利用和保存的 信息源?	(68)
为什么实物信息源是市场信息中广泛存在的信息源?	(68)
为什么人类的大脑是最重要、最普遍的信息源?	(69)
为什么印刷型文件信息源是最常见的文件信息源?	(69)
什么是声象型信息源?	(69)
什么是计算机型信息源?	(70)
什么是微缩型信息源?	(70)
为什么市场信息的收集是企业开拓市场的依据?	(70)
为什么市场信息的收集是企业增强开发能力的保证?	(70)
为什么市场信息的收集是企业科学决策的前提?	(71)
为什么市场信息的收集是信息处理工作的基础?	(71)
为什么信息的收集关系到信息处理的质量?	(72)
为什么信息的收集是市场信息处理的起点?	(72)
为什么企业收集市场信息要及时主动?	(72)
为什么企业收集市场信息要有针对性?	(72)
为什么企业收集市场信息要有计划性?	(73)
为什么企业收集市场信息应全面系统?	(73)

为什么收集市场信息要注意真实可靠？	(73)
为什么企业收集市场信息应有预见性？	(74)
为什么市场信息收集人员必须具备信息意识？	(74)
为什么市场信息收集人员必须具备信息智力？	(74)
为什么市场信息收集人员必须具备信息储备知识？	(75)
为什么市场信息收集人员必须具备信息意志？	(75)
为什么信息加工必须进行研究？	(75)
为什么信息加工必须进行鉴别？	(76)
为什么信息加工必须进行筛选？	(76)
为什么信息加工必须进行整序？	(76)
为什么信息加工必须进行编写？	(77)
为什么要对市场信息进行必要的加工？	(77)
为什么信息加工是提高信息质量的保证？	(77)
为什么信息加工是信息增值的保证？	(78)
为什么信息加工是信息存贮的前提？	(78)
为什么对市场信息的加工要及时？	(78)
为什么市场信息的加工要准确？	(79)
为什么对市场信息的加工要系统？	(79)
为什么对市场信息的加工要适用？	(79)
为什么对市场信息的加工要经济？	(80)
为什么对市场信息的加工应制度化？	(80)
为什么对市场信息的加工应标准化？	(80)
为什么市场信息的存贮具有服务性？	(81)
为什么市场信息的存贮具有文献性？	(81)
为什么市场信息的存贮具有后备性？	(81)
为什么要对存贮的市场信息资料进行登录？	(82)
为什么要对存贮的市场信息资料进行编码？	(82)
为什么要对存贮的市场信息进行编目？	(82)

为什么要对存贮的市场信息资料进行排架?	(83)
为什么要对市场信息的存贮进行保护?	(83)
为什么要对市场信息的存贮进行清理和调整?	(84)
为什么信息的存贮是市场信息预测的基础?	(84)
为什么信息的存贮是提高市场信息效益的前提?	(84)
为什么信息的贮存是市场信息优化的条件?	(85)
为什么信息的贮存是开发市场信息资源的需要?	(85)
为什么信息的存贮是市场信息过程的重要环节?	(85)
为什么信息检索应确定检索的方法?	(86)
为什么对市场信息检索要求“快、准、全”?	(86)
为什么对市场信息的检索应确定检索的途径?	(86)
为什么对市场信息检索应有适当的检索工具?	(87)
为什么信息检索人员要掌握目录学知识?	(87)
为什么信息检索要了解索引的特点、说明及排检方法?	(87)
为什么信息检索要善于利用指示性文摘和报道性文摘?	(88)
为什么目录、索引和文摘既有相似之处,又有不同之处?	(88)
为什么顺查法的查找效率较低?	(89)
为什么倒查法的查找效率较高?	(89)
为什么追溯法的查准率较高,查全率较差?	(89)
为什么分段法的查找既全面又准确?	(89)
为什么所传递的市场信息要有针对性?	(90)
为什么所传递的市场信息要有时效性?	(90)
为什么所传递的市场信息要有适用性?	(90)
为什么要加强对信息传递质量、速度的控制?	(91)
为什么要对信息传递时间进行控制?	(91)

为什么要对信息传递方向进行控制?	(91)
为什么市场信息的多向主动传递是最基本的传递类型?	(91)
什么是市场信息的多向主动传递和单向主动传递?	(92)
什么是市场信息的多向被动传递和单向被动传递?	(92)
为什么市场信息的单向被动传递是最有效的传递类型?	(92)
为什么要加强信息传递的反馈控制?	(93)
为什么信息沟通是一种职责?	(93)
为什么信息沟通存有各种障碍?	(93)
为什么信息沟通要有适当的程序?	(94)
为什么信息沟通应有基本的步骤?	(94)
为什么信息沟通要遵循完整原则?	(95)
为什么信息沟通应遵循及时原则?	(95)
为什么信息沟通应遵循统一原则?	(95)
为什么信息沟通应遵循明确原则?	(96)
什么是正式沟通和非正式沟通?	(96)
什么是平行沟通和斜向沟通?	(96)
什么是上行沟通和下行沟通?	(97)
什么是单向沟通和双向沟通?	(97)
为什么信息沟通要使用非正式组织原则?	(98)
为什么信息沟通有利于创造良好的工作环境?	(98)
为什么信息沟通有利于企业的科学决策?	(98)
为什么信息沟通有利于提高企业的效率?	(99)
为什么追踪信息要根据以需供求?	(99)
为什么追踪信息应全面、准确?	(99)
为什么追踪信息应及时、迅速?	(100)
为什么追踪信息应减少失真?	(100)