

21世纪全国高等院校连锁经营类规划教材

连锁企业 信息系统管理

主 编 陈拥军
副主编 杨 峰 王 玉



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

21 世纪全国高等院校连锁经营类规划教材

连锁企业信息系统管理

陈拥军 主 编

杨 峰 王 玉 副主编



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

内 容 简 介

本书在内容结构上,按照连锁企业信息系统管理的专业基础理论、专业应用技术和专业管理知识三部分组织编写,特别介绍了连锁企业电子商务和商务智能应用等现实热点和难点问题。本书多角度系统介绍了连锁企业管理信息系统以及管理信息系统的有关概念、层次、结构、功能等专业基础理论;阐述了连锁企业管理中的物流管理、库存管理和相关技术应用以及决策支持系统、专家系统和商务智能的基本原理;讨论了电子商务理论和连锁企业的应用问题,并结合全程电子商务平台介绍了电子商务的实践;对连锁企业信息系统规划、系统分析与设计的基本方法和工具进行介绍;分析了连锁企业信息技术的组织管理和信息技术投资的评估问题。

本书可作为连锁企业管理及相关专业的本专科生、研究生以及专业培训的教学用书,也可以作为对连锁企业管理感兴趣人士的参考书。

图书在版编目(CIP)数据

连锁企业信息系统管理/陈拥军主编. —北京:北京大学出版社, 2009.1

(21世纪全国高等院校连锁经营类规划教材)

ISBN 978-7-301-14606-4

I. 连… II. 陈… III. 连锁商店—企业管理—管理信息系统—高等学校—教材
IV. F717.6-39

中国版本图书馆CIP数据核字(2008)第181207号

书 名: 连锁企业信息系统管理

著作责任者: 陈拥军 主编

责任编辑: 栾 鸥

标准书号: ISBN 978-7-301-14606-4/F·2080

出 版 者: 北京大学出版社

地 址: 北京市海淀区成府路205号 100871

电 话: 邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62756923 出版部 62754962

网 址: <http://www.pup.cn>

电 子 信 箱: xxjs@pup.pku.edu.cn

印 刷 者:

发 行 者: 北京大学出版社

经 销 者: 新华书店

787毫米×980毫米 16开本 14.5印张 284千字

2009年1月第1版 2009年1月第1次印刷

定 价: 29.00元

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有,侵权必究

举报电话: 010-62752024; 电子信箱: fd@pup.pku.edu.cn

前 言

信息技术和互联网的高速发展是 20 世纪人类科学技术史上的重大事件。管理信息系统是信息技术与企业管理相结合的产物，自它诞生之日起，就与企业的管理活动和业务管理工作建立了紧密的联系。管理信息系统在给我们的管理工作带来效率和现代化的同时，也不断提高着我们的管理水平，改变着企业管理的方式和方法。计算机管理在今天的连锁企业经营管理中已经成为一种必需。

在本书的编写过程中，编者力求简明扼要、专通结合。既充分反映管理信息系统及其发展的概貌，又结合连锁经营管理专业的需要；既充分反映管理信息系统的专业知识体系要求，又考虑专业教学工作的层次要求。我们力求使读者通过本书的应用性学习基本掌握管理信息系统的基本理论，了解和认识管理信息系统的基本技术及在连锁经营管理中的应用。

在本书的编写过程中，作者参考、借鉴和融合了国内外学者的科学研究和专业教材成果。本书具有体系基本完整、理论与实践结合、难易把握适中、循序渐进和深入浅出的特点。在内容结构上，按照连锁企业信息系统管理的专业基础理论、专业应用技术和专业管理知识三部分组织编写，体现了专业理论教学和专业技能训练相互配套的、符合专业培养目标的要求。

全书共分 10 章。第 1 章到第 3 章，从专业基础的角度系统介绍了连锁企业管理信息系统以及管理信息系统的有关概念、层次、结构、功能等专业基础理论；第 4 章和第 5 章，从专业应用技术的角度阐述了连锁企业管理中的物流管理、库存管理和相关技术应用以及决策支持系统、专家系统和商务智能的基本原理；第 6 章讨论了电子商务理论和连锁企业的应用问题，并结合全程电子商务平台介绍了电子商务的实践；第 7 章到第 8 章，对连锁企业信息系统规划、系统分析与设计的基本方法和工具进行介绍；第 9 章和第 10 章，从专业管理的角度分析了连锁企业信息技术的组织管理和信息技术投资的评估问题。

在本书中，各章先列明本章的学习目标，再从案例导读出发，通过知识回顾和专业分析过渡到本章的主要学习内容上，配合名词解释、特别提示、企业案例、延伸阅读、资料备要等形式，强化基础知识的学习和专业能力要求，进行有针对性的小结。力求让读者在学习理论的同时，增强分析和实践能力。《连锁企业信息系统管理》作为连锁经营管理专业丛书的一种，也可以作为各类培训机构的培训教材。

本书由广东商学院陈拥军任主编，杨峰和王玉任副主编。在本书的编写过程中，广东商学院的朱树人教授和刘祖斌博士给予了专业意见和建议，书中还引用

了一些机构或个人撰写的资料，均列明出处，在此表示衷心的感谢。

编 者
2008.9.10

目 录

第1章 连锁企业信息系统概述.....	1
1.1 信息时代连锁企业面临的挑战.....	3
1.1.1 连锁经营与连锁企业.....	3
1.1.2 连锁企业的特征.....	3
1.1.3 连锁经营的发展史及现状.....	4
1.1.4 连锁企业信息化的必然性.....	5
1.2 信息与信息系统.....	7
1.2.1 信息与信息系统.....	7
1.2.2 信息系统的分类.....	9
1.2.3 信息系统的架构.....	12
1.3 信息系统管理对连锁企业的作用.....	14
1.3.1 连锁企业的信息需求.....	14
1.3.2 连锁企业的基本信息流.....	15
1.3.3 信息系统管理在连锁企业中的作用.....	16
1.4 我国连锁企业信息化现状与对策.....	17
1.4.1 我国连锁企业信息化现状.....	17
1.4.2 我国连锁企业信息化策略.....	18
1.5 小结.....	19
第2章 连锁企业信息技术环境.....	23
2.1 硬件与网络环境.....	24
2.1.1 连锁企业信息系统硬件基础.....	24
2.1.2 计算机网络.....	25
2.1.3 通信基础.....	27
2.2 POS机.....	29
2.2.1 POS机与POS结算.....	30
2.2.2 POS机组成.....	30
2.2.3 POS机的分类与功能.....	31
2.3 电子货币.....	32
2.3.1 电子货币的基本概念.....	32
2.3.2 电子货币的形式与使用.....	33
2.4 软件环境.....	34

2.4.1	操作系统环境	34
2.4.2	数据库环境	35
2.5	小结	36
2.6	思考题	37
第3章	连锁企业管理信息系统	39
3.1	连锁企业管理信息系统的层次与构成	40
3.1.1	连锁企业管理信息系统的层次	40
3.1.2	连锁企业管理信息系统的构成	41
3.2	总部管理信息系统	43
3.2.1	连锁企业总部的职能与业务	43
3.2.2	连锁企业总部管理信息系统的目标	44
3.2.3	连锁企业总部管理信息系统的构成	45
3.3	门店管理信息系统	47
3.3.1	连锁门店管理职能与业务	47
3.3.2	连锁门店管理信息系统目标	48
3.3.3	连锁门店管理信息系统的功能	48
3.4	配送管理信息系统	51
3.4.1	物流、配送与配送中心	51
3.4.2	配送中心管理信息系统的系统结构	51
3.4.3	配送管理信息系统的功能	55
3.5	小结	57
第4章	物流管理与库存管理	59
4.1	物流管理与物流技术	62
4.1.1	物流与物流管理	62
4.1.2	物流技术	64
4.2	条码与条码技术	65
4.2.1	代码、编码和条码	65
4.2.2	条码技术	68
4.3	无线射频识别、电子数据交换与全球定位系统	69
4.3.1	无线射频识别技术	69
4.3.2	电子数据交换	70
4.3.3	全球定位系统	70
4.4	库存管理与库存管理技术	71
4.4.1	库存与库存管理	71

4.4.2	库存控制与盘点管理	73
4.4.3	M3ERP软件系统实践	77
4.5	小结	81
第5章	决策支持系统与商务智能	87
5.1	经营决策与决策支持	90
5.1.1	经营决策模型	90
5.1.2	结构化问题的决策	91
5.1.3	简单的预测方法	94
5.2	决策支持系统与专家系统	97
5.2.1	决策支持系统(DSS)	98
5.2.2	专家系统	100
5.3	商务智能	102
5.3.1	数据仓库的建设	103
5.3.2	数据挖掘技术	105
5.3.3	联机分析处理与网络信息挖掘	106
5.4	小结	108
第6章	连锁企业的全程电子商务	114
6.1	电子商务的产生与发展	116
6.2	电子商务对企业管理的影响	118
6.3	连锁企业的电子商务策略	119
6.4	电子商务信息流与物流	122
6.4.1	电子商务信息流	122
6.4.2	电子商务物流	123
6.5	全程电子商务实践	125
6.5.1	全程电子商务平台	125
6.5.2	全程电子商务平台实务操作	126
6.5.3	全程电子商务平台主要功能	136
6.6	小结	139
第7章	连锁企业的信息系统战略	144
7.1	连锁企业战略信息系统规划的作用	146
7.2	连锁企业信息系统规划的主要方法	148
7.2.1	企业系统规划法(BSP)	148
7.2.2	关键成功因素法(CSF)	149
7.3	连锁企业信息系统战略规划过程	150
7.4	连锁企业信息系统规划报告	152

7.5	小结	155
第 8 章	连锁企业信息系统开发与设计	158
8.1	连锁企业信息系统开发的一般过程	159
8.1.1	系统分析	160
8.1.2	系统设计	161
8.1.3	系统实现	162
8.1.4	系统运行与维护	164
8.2	连锁企业信息系统开发的常用方法	164
8.2.1	生命周期法	164
8.2.2	原型法	166
8.2.3	商品化软件包	167
8.2.4	信息系统外包	169
8.3	连锁企业信息系统设计	169
8.3.1	连锁企业信息系统结构设计	169
8.3.2	连锁企业信息系统功能设计	171
8.3.3	连锁企业数据库设计	172
8.3.4	连锁企业信息系统安全设计	172
8.3.5	连锁企业信息系统性能设计	173
8.4	连锁企业信息系统开发的文档管理	174
8.5	小结	177
第 9 章	连锁企业信息技术 (IT) 部门	181
9.1	连锁企业 IT 部门的组织结构	183
9.1.1	IT 部门组织模式	183
9.1.2	IT 部门和其他部门的沟通	184
9.1.3	IT 部门的业务变化	185
9.2	IT 部门与企业的关系	185
9.2.1	IT 部门在企业中的定位	185
9.2.2	如何加强连锁企业中 IT 部门的作用	186
9.2.3	IT 部门与其他部门	187
9.3	IT 部门成本	190
9.3.1	企业 IT 部门成本构成分析	190
9.3.2	IT 部门的成本管理目标与模式	191
9.3.3	IT 部门的成本管理问题	192
9.4	IT 部门项目管理	192
9.5	小结	194

第10章 连锁企业信息系统评价	197
10.1 连锁企业信息化评价	199
10.1.1 连锁企业信息化评价的意义	199
10.1.2 连锁企业信息化评价的内容	199
10.1.3 中国企业信息化指标体系	201
10.2 信息系统评价	201
10.2.1 信息系统评价原则	201
10.2.2 信息系统评价角度	202
10.2.3 信息系统评价方法	203
10.2.4 信息系统综合评价	204
10.3 连锁企业信息系统投资的效益评价	206
10.3.1 信息系统效益评价的必要性	207
10.3.2 信息系统效益评价的目标与内涵	208
10.3.3 信息系统效益计量	209
10.4 信息系统安全风险评价	210
10.4.1 信息安全评价的作用	210
10.4.2 主要的信息安全评价标准	211
10.4.3 现有信息安全评价标准的局限性	212
10.4.4 信息安全评价的市场前景	213
10.5 电子商务时代网络信息系统的安全	213
10.5.1 网络安全的威胁分析	214
10.5.2 网络安全方法	214
10.6 小结	216
参考文献	220

第1章

连锁企业信息系统概述

【学习目标】

1. 认识连锁经营与连锁企业
2. 了解连锁企业信息化的必然性
3. 理解数据、信息与知识的概念
4. 理解信息技术和信息系统及其区别
5. 认识和理解信息系统的概念
6. 了解信息系统的分类
7. 掌握信息系统的架构
8. 认识信息系统管理对连锁企业的作用
9. 了解连锁企业信息化的现状与对策

案例导读

沃尔玛给中国连锁企业信息化的启示

沃尔玛的信息化策略在业内一直受到好评，它是怎样一步一步完善自己的信息系统的呢？现在我们就一起来看一看。

2002—2005年，沃尔玛连续4年蝉联全球财富500强的首位，这与先进信息系统的采用是分不开的。沃尔玛创始人山姆·沃尔顿曾经说过，他主张不惜代价建立先进信息系统的理念其实很简单，“我如果看不到每一件商品进出的财务记录和分析数据，这就不是做零售”。沃尔玛的神话无疑印证了信息化对现代零售企业的重要性。尤其是在信息技术大行其道的环境下，商战企业一旦落后，就会步步出错，直至被淘汰。

1981年，沃尔玛开始试验利用商品条码和电子扫描器实现存货自动控制，走在了其他零售商前面。采用商品条码代替了大量手工劳动，大幅缩短了顾客结账时间，更便于利用计算机跟踪商品从进货到库存、配货、送货、上架和售出的全过程。20世纪80年代，沃尔玛开始利用电子数

据交换系统（EDI）与供应商建立自动订货系统。到1990年，沃尔玛已与它的5000余家供应商中的1800家实现了电子数据交换，成为全美应用EDI技术的最大用户。20世纪80年代末，沃尔玛配送中心的运行已完全实现了自动化。每种商品都有条码，由十几公里长的传送带传送商品，用激光扫描器和电脑追踪每件商品的储存位置及运送情况。到20世纪90年代，在整个公司销售的8万种商品中，85%是由这些配送中心供应的。

信息化是沃尔玛迈向成功的重要原因之一。一方面，沃尔玛通过供应链信息化系统实现了全球统一采购及供货商自己管理上架商品，使得产品进价比竞争对手降低10%；另一方面，沃尔玛还通过卫星监控各地的销售网络，对商品进行及时的进货管理和库存分配。

中国连锁企业的竞争也空前激烈。要想在激烈的竞争中胜出就必须建立更加完备的信息系统，通过信息系统的建立来强化规模经济的优势。

资料来源：<http://www.cnbm.net.cn/article/cw108778216.html>

信息技术的应用已经成为现代企业经营的重要特点。随着市场竞争的加剧，利用信息系统增强企业的综合能力已成为共识，残酷的市场竞争也使信息管理系统成为企业生存、发展的新法则。企业能否通过数字化、信息化提升管理能力和服务水平，不仅关系到当前的客户竞争，更会影响未来持续的发展能力。

那些成功发展和壮大起来的大公司都创造性地利用了现代信息技术，如戴尔（Dell）的直销模式、亚马孙书店（Amazon.com）的网上销售、联邦快递（UPS）的包裹跟踪系统、沃尔玛的卫星订货系统，已经成为信息技术应用的重要范例。无处不在的信息、无处不在的信息技术，加上环境的变化，都在向我们宣告信息时代的到来。信息时代的到来意味着企业将面临与工业时代完全不一样的经营环境，既有新挑战，也有新机遇。

面对信息化，连锁企业正逐步从劳动密集型向资本、技术密集型发展，营销方式和流通渠道也发生着新的变化。连锁企业要把信息化管理作为未来的发展方向，这样才能应对未来的挑战。

名 词 解 释



连锁经营

连锁经营是指在核心企业的领导下，由分散的、经营同类商品和服务的若干

企业，通过规范化经营实现规模效益的企业联合体组织形式。

1.1

信息时代连锁企业面临的挑战

► 1.1.1 连锁经营与连锁企业

连锁经营可分为三种主要类型。

(1) 直营连锁 (Direct Chain)，也称正规连锁。连锁的各门店由连锁经营公司全资或控股开设，在总部的直接控制下，开展统一经营。以同一资本直接采取连锁经营的门店称为直营店，也称连锁店。1859 年，美国大西洋和太平洋茶叶公司（简称 A&P）建立的第一家连锁门店被称为世界上最早的直营连锁组织。

(2) 自由连锁 (Voluntary & Free Chain)。自由连锁也称自愿连锁，它由若干个门店或企业自愿组合起来，在不改变各自资产所有权关系的情况下，以共同进货为纽带开展经营。1887 年，美国一百三十多家食品零售商联合起来，共同投资成立了一家联合批发企业，以对抗大型连锁企业的垄断。这就是世界上第一家“自由连锁”的商业组织。

(3) 特许连锁 (Franchise & Licensed Chain)。特许连锁也称合同连锁、加盟连锁。加盟连锁店的门店同总部签订合同，取得使用总部商标、商号、经营技术及销售总部开发商品的特许权，经营权集中在总部。加盟连锁店的门店均为独立法人，以特许连锁方式经营的门店称为加盟店。1865 年，在美国成立的胜家缝纫机公司是世界上第一个特许加盟连锁店。

► 1.1.2 连锁企业的特征

(1) 标准化。连锁经营的标准化表现在两个方面。一是作业标准化。总部、门店及配送中心对商品的订货、采购、配送、销售等各司其职，并且制定规范化的规章制度，整个程序严格按照总公司所拟订的流程来完成。二是企业整体形象标准化。商店的开发、设计、设备购置、商品陈列、广告设计、技术管理等都集中在总部。由总部提供连锁店选址、开办前的培训、经营过程中的监督指导、交流等服务，从而保证各连锁店整体形象的一致性。

(2) 专业化。专业化体现在总部与各成员店及配送中心的专业分工上，也体现在各个环节、岗位、人员的专业分工上。它使得采购、销售、送货、仓储、商品陈列、橱窗装潢、财务、促销、公共关系、经营决策等各个领域都有专人负责。

(3) 简单化。简单化要求必须将财务、货源供求、物流、信息管理等各环节

简单化,制定简明扼要的操作手册,员工按手册操作,各司其职,各尽其责,去掉不必要的环节和内容,以提高效率。

► 1.1.3 连锁经营的发展史及现状

(1) 早期成长阶段。19 世纪 60 年代到 20 世纪 50 年代为连锁经营模式的早期成长阶段,称为传统连锁时代。表现为正规连锁、自由连锁和特许连锁的出现及初步成型。连锁经营在西方各国得到尝试,但由于技术问题的限制,连锁经营规模化、标准化、简单化的竞争优势并未充分体现。

(2) 高速发展阶段。20 世纪 50 年代到 70 年代,由于交通运输系统的发展及电子技术的广泛应用,连锁商业进入高速发展阶段。先进的电子技术在销售活动和商业管理上的大量运用,为连锁企业大规模布局、实行统一管理提供了条件。各大连锁商店纷纷使用销售点系统(Point of Sale, POS),用以检验商品陈列和价格变动的效果,以及解决诸如货架空间分配等问题,通过商品的高速周转,获得较高赢利。如美国,到 1977 年,90%左右的零售商店在财务核算方面都使用了电子出纳设备。70 年代后期,大型计算机的使用将各门店原本独立的计算机联成网络,实现了统一的信息管理系统。信息管理系统确保了经营管理的高效运作及信息的及时传递,为连锁企业“统一采购、统一经营、统一核算、统一商品价格、统一配送”等规模化经营提供了技术保障。在这一时期,借助于交通网络和信息技术的发展,连锁经营的规模化、标准化、简单化的优势得以充分体现。

(3) 现代发展阶段。20 世纪 80 年代起,连锁企业进入“连锁经营电子化”阶段。规模化、专业化、标准化、信息化等连锁经营的特点充分展示出来,连锁经营已经向业态多元化及国际化方向发展。连锁经营的迅速发展,主要得益于计算机技术和通信技术的发展,得益于条形码的开发和应用,得益于销售点系统、电子转账作业系统、电子订货系统和物流配送系统的发展。随着信息技术的不断进步,如供应链技术、电子商务技术、商务智能技术等不断渗入连锁企业的经营管理中,连锁经营将更趋现代化和电子化。

特 别 提 示



连锁企业信息化

连锁企业信息化是指连锁经营企业通过对信息技术和信息系统的应用,从经营的组织到管理等各方面进行的战略性改变,是连锁企业应对信息社会发展的一项重要重要的战略决策。

连锁经营区别于传统商业经营的明显特点就是它是集中与分散的统一。连锁企业虽然是由各分散的连锁门店组成的一个整体，但是必须通过集中管理和规范化运作才能实现资源的最佳配置和优化经营，使连锁企业中的物流、商流、资金流和信息流构成一个庞大的网络体系。只有当信息流在网络中活跃起来并且畅通时，配送中心、各连锁门店以及连锁总店各职能部门的业务活动才能高效地联系起来，发挥整体优势，真正实现连锁经营的规模效益。这就要求连锁企业必须借助于完善的计算机管理信息系统，而不再凭经验或零散的市场信息的传统方式来经营管理。连锁企业规模越大，地域分布越广，信息化管理的迫切性就越大。信息技术的有效运用可以有力支持企业的竞争战略，获得竞争优势，这一点已经被越来越多的连锁企业所认识。

► 1.1.4 连锁企业信息化的必然性

1. 信息化对连锁企业外部环境的影响

信息化对众多行业及企业产生了巨大的影响，连锁企业作为企业的一部分，既受到同一般企业一样的影响，也有其特性。

（1）网络大环境的形成。从外部环境来看，信息技术的发展使得整个世界越来越小，形成了通常所说的“地球村”，连锁企业的竞争环境将由区域化向全球化发展。连锁企业将在技术环境与经济环境结合在一起的大环境下，考虑连锁企业的经营战略和企业管理模式等问题。

（2）行业竞争结构的改变。一个行业的竞争状况是由五种作用力决定的，这五种作用力是：现有竞争者的竞争、潜在进入者的威胁、替代品的威胁、买方讨价还价能力、卖方讨价还价能力。这五种作用力越强，行业的竞争就越激烈。随着信息技术逐渐渗透到企业价值链的各个环节，连锁企业内部价值链扩展到连锁企业的供应商和客户网络，这就从多个方面改变了连锁行业的五种作用力，改变了行业的竞争机制。

（3）顾客需求行为的变化。因特网不仅为顾客了解产品提供了极大的方便，也是一个理想的产品销售渠道。电子商务的发展，势必引起顾客消费模式和需求行为的变化，这种变化要求连锁企业引入先进的信息技术如供应链、电子商务等以适应新的市场环境。

2. 信息化促使连锁企业内部管理发生变革

信息技术不仅改变了企业的外部环境，也促使企业内部的管理模式发生重大变革。主要表现在组织结构、营销方式、内部协调、顾客服务等方面。

(1) 组织结构的变革。信息技术在连锁企业中的应用使得传统的等级管理向全员参与、模块组织、水平组织等新型组织模式转变,企业内部上下级之间的距离大为缩短,组织结构向扁平化方向发展。

(2) 营销方式的扩展。随着因特网成为现代企业重要的营销工具,网络营销和电子商务已经成为连锁企业整体营销战略中的一个有机组成部分。连锁企业以因特网为基本手段营造网上经营环境,不仅通过因特网来销售产品,还通过网络营销实现了提升品牌形象、增进顾客关系、改善顾客服务、网上市场调研等功能。

(3) 内部协调方式的变革。协调是管理工作的核心内容,传统的协调以面对面交流为主要手段。企业内部网络和各种新型通信手段改变了这种交流模式,使得连锁企业内部沟通和协调不再受地理位置的限制,这种协调方式更加高效,成本更为低廉,它也为区域性企业向全国甚至全球范围扩张提供了便利条件。

3. 连锁企业业务处理与扩展的需要

(1) 连锁企业经营的各种“链”之间的高效无缝连接,必须依靠信息技术。

连锁企业的经营管理“链”包括以下几点:

① 组织链——战略架构、目标体系、组织系统、管理机制、营运标准、监控体系等;

② 商品链——商品定位、供应链关系、采购系统、物流系统、销售系统等;

③ 资金链——资金筹集、投资决策、业务运作费用、商品周转金、供应商货款支付等;

④ 信息链——业务信息、财务信息、营运信息、管理决策信息、决策支持系统等。

(2) 众多经营网点的物流配送和商品信息管理离不开信息技术。

连锁企业众多经营网点需要准确及时的物流配送,这种物流配送依赖于地理信息系统、电子地图、全球定位系统等信息管理技术的运用。此外,连锁企业管理人员每天都要接触的系统信息包括:商品库存、商品订货、商品退换货、促销、收银、供应商信息等数百个报表及成千上万条重要信息,所有这些信息的管理工作都依靠信息技术的参与和日常管理。

(3) 连锁企业经营业态多样化的发展趋势与信息技术息息相关。近年来,大型连锁企业都在实施业态多样化的发展战略。如上海的联华、北京的物美都从单一的超市业态发展成为包括大卖场、标准超市、生鲜超市、折扣店等多种业态的大型连锁企业。多业态经营的成功更需要现代信息技术的支持。

1.2 信息与信息系统

► 1.2.1 信息与信息系统

1. 数据

数据是人们用来反映客观世界而记录下来的可以鉴别的符号。数据是客观实体的属性值，是那些未经加工的事实或是对一种特定现象的描述。例如，当前的温度、一个零件的成本或一个人的年龄，这些都是数据。

2. 信息

按照狭义的理解，信息可以用来消除不确定性。按照广义的理解，有两种认识：从本体意义上说，信息泛指一切事物运动的状态和运动的方式；从认识论的意义上说，信息是关于事物运动状态和运动方式的反映。信息和数据是相对来说的，信息也可以是那些经过某种方式加工或以更具意义的形式提供的数据。例如，今日温度与去年今日的温度的对比情况，或者成本的同期下降百分比等都属于信息。信息具有事实性、时效性、价值性、等级性等特点。

3. 知识

知识是在信息基础上的又一次升华。知识的创造是在人与人之间进行的信息累积，所提供的是具有一定价值的，而且是值得信赖的信息，是一种可以直接解决问题的信息。知识相对于数据与信息来说，比较难以结构化，而且很难用设备直接获取，其转移的过程更多地是通过学习、培训等进行的。

4. 信息技术与信息系统

特 别 提 示



信息技术（Information Technology）

信息技术包括计算机、软件、网络、工作站、服务器以及智能处理等技术。

信息系统（Information System）

信息系统，被定义为组织在面对挑战时，一种基于信息技术的组织和管理上的解决方案。通常负责收集、查询、处理、存储和传递信息，以支持组织的决策和控制。信息系统不只是信息技术，它是指利用各种技术，收集、处理、存储、