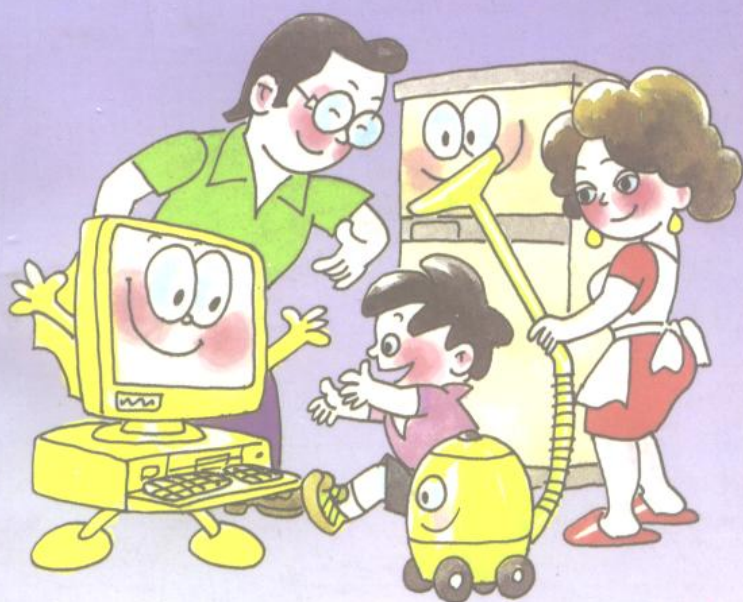


家用电脑金钥匙丛书(一)

家电新成员——家用电脑

许志平 编



中国计量出版社

家用电脑金钥匙丛书(一)

家电新成员——家用电脑

许志平 编

中国计量出版社

JS573/01
新登(京)字 024 号

图书在版编目(CIP)数据

家电新成员——家用电脑/许志平编. —北京:中国计量出版社, 1994. 3

(家用电脑金钥匙丛书/王路敬主编)

ISBN 7-5026-0682-3

I. 家… I. 许… II. 电子计算机—基本知识 N. TP30
中国版本图书馆 CIP 数据核字(94)第 01142 号

家用电脑金钥匙丛书(一)

家电新成员——家用电脑

许志平 编

*

中国计量出版社出版

北京和平里西街甲 2 号

邮政编码 100013

电话 4214696

河北省水清县第一胶印厂印刷

新华书店北京发行所发行

*

开本 787×1092/32 印张 6.25 字数 140 千字

1994 年 3 月第 1 版 1994 年 3 月第 1 次印刷

印数 1—10 000

ISBN 7-5026-0682-3/TP. 18

定价 6.00 元

家用电脑金钥匙丛书

编委会名单

主 编 王路敬

副 主 编 许志平 韩玉彬 董小国 杨庚生

编 委 (依分册次序)

程懋泰 陈 寒 王艳清

黄玖梅 邱道发 曹文辉

山 岚 吕 梁 李彦强

李玉敏 熊伟华 孝延忠

尤 枫 曹学祥 赵励民

序

从 70 年代末期至今,经过近 15 年的普及、推广和应用,电脑这一高科技产品触及了社会的各个角落,在我国得到了广泛应用。现在越来越多的人看到电脑对科技进步和经济发展所起的作用,深深感到不懂电脑就难以适应今天的工作和生活;越来越多的家庭主妇、中小学生等,对电脑也表现出极大的热情。

家用电脑不仅能充当家庭秘书、顾问、教师的角色,帮助人们完成家庭事务管理、家庭教育和家庭娱乐等任务,而且随着多媒体和电脑通讯技术的发展,它还会兼有电视机、录像机、录音机、电话和传真机等的功能,这一切并不遥远。随着人们生活水平的不断提高,家用电脑将以惊人的速度走入家庭。人们看好家用电脑,渴求家用电脑,90 年代又迎来家用电脑普及的热潮。编辑出版家用电脑的图书资料成了当务之急。为此,中国计量出版社投入极大的力量,组织常年工作在电脑教学、科研、培训、维修、生产和销售第一线的经验丰富的专家,精心策划和编写了一套“家用电脑金钥匙丛书”,共有十个分册。

本套丛书以家用电脑主流机型 IBM-PC 系列以及兼容的 286、386 电脑为介绍对象,以基础性、实用性、通俗性、系统性和资料性为编写宗旨,各分册之间既相互联系又相互独立,入门和提高兼顾,使之具有“内容简洁,编排新颖,实例丰富,浅显通俗,风格一致,全面系统”的特色,以求最大限度地满足读

者的需要。丛书各册的概要如下：

第一分册书名是《家电新成员——家用电脑》。

该分册详细介绍家用电脑的发展历史及现状、市场分析，电脑选购方法、策略及注意事项，并对电脑系统的组成及其基本操作与维护，从使用的角度作了清晰的阐述，是初学电脑的入门教材。

第二分册书名是《电脑总管家——DOS》。

该分册根据作者长期从事电脑培训教学的丰富实践经验，从大量实例入手，生动、通俗、系统地介绍了DOS使用方法、技巧和经验，并对汉字操作系统的使用作了简明的叙述，解答了读者使用中可能出现的实际问题，引导读者一步步操作使用电脑。

第三分册书名是《电脑小编辑——字处理软件》。

该分册重点介绍三个优秀的字处理软件WS、WPS、CCED的使用方法，从读者易于理解和便于操作入手，通过实例，直观形象地向用户介绍各种字处理软件的操作方法和使用经验。

第四分册书名是《写字不用笔——汉字输入法》。

该分册介绍目前国内最为流行的五笔字型、自然码等汉字输入法。编写上采用问答式，实例丰富，练习机会多，使读者能在较短的时间内掌握输入汉字的一种方法。

第五分册书名是《家庭管理员——数据库软件》。

该分册主要以家庭事务管理为应用内容，介绍电子报表软件LOTUS 1-2-3和数据库管理系统软件汉字DBASEIII的使用。书中通过家庭水电费报表、家庭图书资料管理实例，系统而又形象生动地向用户介绍软件的操作命令、使用方法与应用技巧。尤其对汉字DBASEIII，由浅入深地介绍了编程

方法和经验,并给出一个有实用价值的可供借鉴的开发实例。

第六分册书名是《电脑的语言——GW BASIC》。

该分册从中、小学生智力开发和家庭娱乐的目的出发,介绍 GW BASIC 电脑语言的使用方法。在编写方法上将其语言的各种命令和语句的说明及用法贯穿在一个个有趣的实例中,使读者在轻松愉快之中学习电脑语言。

第七分册书名是《您的小助手——常用工具软件》。

该分册主要从对家用电脑易于使用和便于维护的角度出发,介绍一些常用工具软件 PCTOOLS、快速磁盘复制软件 PUP、电脑检测软件 QAPLUS 以及防病毒软件 CPAV、KILL 等的使用方法、经验和注意事项。可作您平时进行电脑维护的小助手。

第八分册书名是《软件万花筒——应用 300 例》。

该分册主要从扩大用户知识面的角度出发,介绍了可供用户选择的各类电脑硬卡和软件,并逐一介绍了它们的主要工作特点、功能、用法和对电脑软、硬件环境的要求。书中选取了 300 多种应用软件,是家用电脑用户的软、硬件“小仓库”。

第九分册书名是《动画小天地——动画制作》。

该分册介绍电脑动画制作软件 AA 的使用方法,同时还提供和演示许多有趣的动画画面,通过学习这本小册子,用户不但可以学作一般动画,甚至还可学作动画广告,使读者能充分领略电脑动画的神奇魅力。

第十分册书名是《电脑小诊所——常见故障处理》。

该分册是作者长期应用电脑的经验总结。针对家用电脑使用人员的实际情况,从常见故障入手,列举了大量软、硬故障实例,分析故障原因,给出排除方法和注意事项,使读者尽可能在家庭现有的条件下来处理常见电脑软、硬故障。

本套丛书可作为家用电脑读者自学的参考教材,也可作为其他电脑爱好者操作与应用电脑的基本参考用书。愿所有读者能够从中获得启迪和乐趣。

中国计算机学会普及委员会主任
国际信息学奥林匹克中国队总教练
北京计算机奥林匹克学校校长
清华大学计算机科学与技术系教授

A stylized handwritten signature in black ink, likely belonging to Wu Yuhua, the author of the preface.

1994年2月

编 者 的 话

进入 1993 年之后,不断升温的家用电脑热表明电脑正在大步走向家庭。为满足广大家庭用户对电脑知识的渴求,我们向用户推出该系列有关家用电脑知识和使用的“家用电脑金钥匙丛书”。

本系列丛书一共分为十册,从各个不同角度介绍各种与家用电脑有关的背景及知识。本书是第一分册,内容共有五章(各章的具体概要请参阅本书目录)。内容安排是依次引导读者对电脑的背景知识有个初步的了解,然后对电脑产生浓厚的兴趣;进而介绍简单而又必要的电脑基本概念,使读者觉得电脑并不神秘可怕;接下来介绍电脑的市场行情分析,并教会您如何选购到真正符合自己要求的电脑及有关配置;最后让您初步尝尝操作使用电脑的甜头。本书将使您学习电脑的欲望大大增强。

本书作者根据自己研制、生产和销售家用电脑的经验,详细介绍了家用电脑的行情、基本知识、选购方法、基本操作等实用知识。使读者由不懂电脑变成了懂电脑,会选择和评价电脑,会使用电脑。

那么,本书是为谁而写的呢?本书的读者对象有三类:一是对家用电脑感兴趣的人、二是想购买家用电脑的人、三是已购买家用电脑的人。这三类人可以在本书中各取所需。如果您已经对家用电脑有了一定的了解,请直接阅读该丛书其它各分册。本书要求读者至少有小学文化水平,至少认识 26 个

英文字母,曾经使用过任何一种家用电器。最好是懂汉语拼音,略懂一点英文。

在阅读本书的过程中,读者可以按顺序阅读,也可以选择某一章节阅读,如果遇到不懂的计算机词汇或英文单词,可以回忆一下前面读过的内容。应该说,阅读本书是很轻松的,一直到第四章以前,读者都可以不接触电脑。从第四章起,最好有一台电脑摆在读者面前,或者去电脑商店边看电脑边读书。不过到了第五章,就无论如何要摸着电脑看书了。

读者可以在购买家用电脑前先阅读本书,并根据本书的介绍及自己的能力选择合适的电脑,然后在电脑前对照本书熟悉电脑。即使读者不打算购买电脑,阅读本书也是有价值的。

接下来读者也许就想进一步操作和使用电脑,掌握电脑的各种命令,那么就请阅读本丛书的第二分册:《电脑总管家——DOS》。

编 者

1994年1月

目 录

第一章 家用电脑市场的形成	(1)
一、不断升温的家用电脑热	(1)
(一)电子一条街的新鲜事	(1)
(二)作家换笔	(3)
(三)望子成龙与教育电脑	(4)
(四)电脑挤入家电行列	(5)
二、家用电脑热的原因	(6)
(一)21 世纪的呼唤	(6)
(二)信息时代的竞争	(7)
(三)技术可行性	(8)
(四)价格与购买力	(8)
三、家用电脑市场的现状	(9)
(一)家用电脑的特殊性	(9)
(二)家用电脑市场	(10)
(三)低价位家用电脑揭秘——非主流电脑	(12)
(四)低价位家用电脑揭秘——无品牌电脑	(13)
(五)低价位家用电脑揭秘——无软件电脑	(14)
(六)低价位家用电脑揭秘——无服务电脑	(15)
(七)过于“热心”的推销	(18)
(八)亟待解决的几个问题	(19)
第二章 电脑走入家庭	(21)
一、什么是家用电脑	(22)
(一)电脑名字的由来	(22)
(二)环境对家用电脑的要求	(24)
(三)使用者对家用电脑的要求	(25)

(四)家用电脑应具备的能力	(26)
二、家用电脑能做什么	(27)
(一)家庭顾问	(28)
(二)家庭教师	(29)
(三)家庭秘书	(30)
(四)家庭设计系统	(31)
(五)家庭娱乐与智力提升	(32)
(六)工作准备	(33)
三、家用电脑的未来	(33)
(一)多媒体技术	(34)
(二)数据库技术与人工智能	(35)
(三)自动翻译系统	(36)
(四)专家系统	(37)
(五)家庭信息管理中心	(38)
(六)家庭自动控制系统	(39)
第三章 电脑基础知识	(41)
一、电脑究竟是什么	(41)
(一)信息的含义	(42)
(二)信息处理工具	(43)
(三)听指挥的工具	(45)
(四)电脑的进化	(47)
(五)通用电脑和专用电脑	(48)
二、如何与电脑打交道	(52)
(一)向电脑下命令和提供数据	(52)
(二)电脑内部如何处理信息	(53)
(三)一切都是二进制	(55)
(四)人与电脑的约定	(57)
(五)关于命令的约定	(58)
(六)关于语言的约定	(61)
(七)命令约定的进化	(63)

(八)语言约定的进化	(66)
(九)输出的约定	(67)
(十)中国特色的约定	(69)
三、家用电脑的组成	(72)
(一)电脑外观	(72)
(二)电脑解剖	(74)
(三)电脑的必要扩充	(76)
(四)电脑的可选扩充	(78)
(五)感谢扩展槽	(81)
四、家用电脑的软件	(83)
(一)系统软件	(83)
(二)应用软件	(84)
(三)家用电脑软件浏览	(85)
(四)软件的复制与版权	(87)
(五)软件的加密	(89)
第四章 家用电脑导购	(91)
一、家用电脑的选择标准	(91)
(一)主流机是什么	(92)
(二)量力而行	(92)
(三)附件的选择——内存和磁盘	(94)
(四)附件的选择——彩色显示器	(96)
(五)附件的选择——打印机	(97)
(六)注意厂家和商家的承诺	(99)
(七)别忘了软件	(102)
(八)一分钱、一分货	(103)
二、家用电脑的购置策略	(104)
(一)买电脑做什么	(104)
(二)电脑能否保值	(105)
(三)早买还是迟买	(106)
(四)高档还是低档	(106)

(五)一步到位还是分期投资	(107)
三、家用电脑的购买步骤	(108)
(一)了解电脑基本知识	(108)
(二)确认厂家和品牌	(108)
(三)销售现场考察	(109)
(四)开箱检查	(110)
四、家用电脑软件的购买	(111)
(一)软件优劣的标准	(111)
(二)关于软件的价格	(114)
(三)关于软件的生产	(115)
(四)再看软件的价格和服务	(117)
(五)软件的来源和渠道	(117)
五、家用电脑硬件的升级	(118)
(一)为什么升级	(118)
(二)升级的方式——增加设备	(120)
(三)升级的方式——增加扩展卡	(122)
第五章 家用电脑的基本操作	(126)
一、家用电脑的安装	(126)
(一)安装环境的选择	(126)
(二)拆箱安装	(129)
(三)把电脑连接起来	(131)
二、熟悉电脑的显示器	(133)
(一)电脑显示器的分类	(134)
(二)显示器的调整	(136)
(三)显示器的连接和保养	(137)
(四)显示器控制卡	(137)
三、熟悉电脑的键盘	(138)
(一)键盘外观	(139)
(二)键盘分区——打字区	(140)
(三)键盘分区——功能键区	(144)

(四) 键盘分区——编辑键区	(144)
(五) 键盘分区——数字辅助键区	(146)
(六) 键盘操作	(147)
四、熟悉主机与磁盘	(148)
(一) 电脑主机正面	(148)
(二) 电脑主机背面	(151)
(三) 软盘驱动器	(152)
(四) 电脑软盘的外观	(154)
(五) 电脑软盘的格式	(157)
(六) 三英寸软驱和软盘	(159)
(七) 电脑硬盘	(161)
五、熟悉打印机	(164)
六、家用电脑的操作	(166)
(一) 开机与关机	(167)
(二) 冷启动与热启动	(168)
(三) 试验几个 DOS 命令	(169)
(四) 进入汉字系统	(171)
(五) 如何使用软盘上的软件	(173)
(六) 如何把软件装入硬盘	(175)
(七) 如何在打印机上打印文件	(176)
(八) 如何识别和清除病毒	(177)
(九) 如何使用加密软件	(178)

第一章 家用电脑市场的形成

一、不断升温的家用电脑热

在北京市中关村有一个计算机行业内很有名的“电子一条街”。圈外人知道的可能不多,但对计算机界的人来说,这条街就象北京的前门、王府井商业街在普通人心目中的地位一样。电子一条街上大大小小的计算机公司很多。比较知名的有联想、四通、方正、巨人等公司,其它大大小小的公司有些是外国的,有些是中国的。它们中的绝大多数都在生产或销售一种特殊商品——电子计算机。

同普通商品一样,电子计算机也分为进口的、国产的、出口转内销的,也有名牌的,杂牌的等名目。不少国家机关,企事业单位,大专院校或部队的采购人员从全国各地来到这里,或购买计算机,或购买软件,或交换信息,或打探行情,这里实际是了解中国计算机产业的一个窗口,也是反映中国计算机发展状况的温度计。

(一)电子一条街的新鲜事

进入1993年之后,电子一条街上有了些微妙的变化,不少普通老百姓开始进出于这些计算机商店,他们进了店门之后就询问有没有适合家庭使用的电脑,有没有适合家庭使用的电脑软件。大家把“家用电脑”这个词划进了汉语词典,把“家用电脑”当成了新的追逐对象。这种高科技产品已经开始被普通百姓挂在嘴上了。

实际上,家用电脑不过是一种俗称,它的全名是家庭使用的微型电子计算机。家用电脑这个词一出现,由于它非常上口,立刻就广泛地流传起来。

在市场经济中,只要有需求,就会刺激供给,这是一条很重要的规律。家用电脑热不仅被电子一条街上精明的商人们感觉到了,也立刻引起北京市很多大的百货商店的注意,在它们文化用品部(或电器部)都不约而同地出现了“家用电脑”展销柜台。这种新的商品一出现,立即引起广大顾客的围观和评论,人们一时分不清楚这电脑到底是文化用品,还是家用电器,是电子工具还是精密仪器。有人只敢远远地围着看,有人敢于亲手摸一摸键盘,更多的人围着销售人员提出种种问题:

“家用电脑是什么?”

“家用电脑有什么用?”

“我能学会电脑吗?”

商店的售货过程往往成了普及电脑知识的过程,使售货员难于招架。这也难怪,一种新产品或新概念出现后,往往对普通大众非常有吸引力。对于家用电脑来说,顾客在销售人员的讲解过程或演示过程中真切地感受到这种新产品不仅能把过去的事情完成得更快、更好、更省力,而且能完成一些过去做不到的事情,家用电脑的强大威力会给人深刻的印象。

国内权威人士指出:目前已出现了第二次电脑普及热。80年代中期,当电脑第一次进入中国时,在全国范围内掀起了一个学电脑的高潮。各国家机关、企事业单位纷纷上马电脑管理。当时学习计算机语言成为一个很风光的事,有人甚至提出计算机文化是第二文化、计算机语言是第二语言的论点。进入90年代后,电脑逐渐从单位转入了家庭,使用电脑的人也扩展成普通百姓,包括中小学生、文字工作者等。电脑逐渐失去了神秘色彩,成为一个方便灵活的工具,成为人类的仆人。