

陈湛匀 主编

陈 正
赵士峰 副主编

现代信息咨询与 广告、旅游业经营 实务和案例

MODERN
ECONOMY

现代市场经济丛书

上海科学技术文献出版社

现代市场经济丛书

现代信息咨询与广告、 旅游业经营实务和案例

陈湛匀 主 编

陈 正 副主编
赵士峰

上海科学技术文献出版社

(沪)新登字 301 号

责任编辑：徐永康

封面设计：王建国

**现代信息咨询与广告、
旅游业经营实务和案例**

陈湛匀 主 编

陈 正 赵士峰 副主编

*

上海科学技术文献出版社出版发行
(上海市武康路 2 号 邮政编码 200031)

全 国 各 书 店 经 销

上海科技文献出版社昆山联营厂印刷

*

开本 787×1092 1/32 印张 15.5 字数 375,000

1994 年 1 月第 1 版 1994 年 1 月第 1 次印刷

印 数 1—3,000

ISBN 7-5439-0239-7/Z·548

定 价：11.70 元

前 言

本书共分三篇。

第一篇是信息咨询篇。共分 6 章。

第一至三章论述信息的作用、信息专业的特点和实际操作技术。同时，介绍了国内外的商务情况和全国部分免费刊登广告的报刊。

第四至六章论述咨询的功能、国内外咨询业的概况和特点以及咨询的实务处理，其中包括咨询的程序和方法。重点介绍了联合国国际劳工局《管理咨询——专业指南》中关于各类咨询服务的基本指导方针。同时，还登载了上海市经济贸易咨询服务公司的名录，便于企业遇到疑难时可按图寻找有关的咨询服务公司。

作者在本篇中强调谈经济贸易中的信息、咨询及其实务操作，并列举了大量的案例，力避泛泛而谈，并将读者对象选定为广大企业中的经营管理人员。不仅谈了信息业、咨询业应如何从事工作，同时也谈了广大企业经营管理人员在同信息业、咨询业打交道中应注意的事项。这种从双向考虑问题的撰写方式，有利于扩大读者面，而不使本书局限于专业信息、咨询工作者的狭窄范围。

第二篇是广告实务篇。作者结合大量的广告实例，共分 4 章，对广告作了系统的介绍，力求使读者对广告这门边缘科学有一个大致而全面的了解。

第一章从广告定义、广告构成、功能和作用、广告分类、广

告经济效果几方面作了概述。

第二章是广告操作实务，利用大量的广告事例，对广告规划、广告预算、广告媒体选择、广告效果测评、以及广告主题、创意和文本设计这些广告实务工作进行了介绍和讨论。

第三章介绍的是广告技巧，是在广告实务基础上的进一步深化和扩展。其中广告表现技巧从广告语言、图画、色彩几方面对广告创作的表现技巧进行了介绍；广告中的心理学应用，则是从消费心理学的角度出发，对广告创作的手法和表现技巧进行了讨论；广告的战术谋略从广告策略、战术上对广告的技巧进行了介绍，为增强读者的感性认识，穿插了大量的广告案例。

第四章则遴选了古今中外的一些广告趣闻，集知识性和娱乐性于一体，旨在使读者中从形形色色的广告趣闻中探求到一些广告活动的真谛。

本篇最大的特点是案例丰富，以事论理，力求运用大量的广告实例来阐释广告原理，联系实际，使读者不为枯燥的纯粹理论所困惑。文字力求通俗易懂、简洁达意，注重知识性、实用性、趣味性和广泛性。

第三篇是旅游业经营管理实务篇。现代旅游业已成为举世瞩目的新兴事业。目前在经济发达的国家里，旅游已成为人们生活之必需。根据世界旅游组织预测，到本世纪末，旅游业将成为世界最重要的行业之一。我国旅游业自1978年改革开放以来，发展迅速。本篇分6章围绕我国旅游业的发放；旅游业的三大支柱（即旅行社、旅游饭店、旅游交通）；发展旅游业的基础旅游资源；以及旅游商品、市场等主要的经营管理实务展开的。其有以下三个特点：

一是实用性。书中除了对旅游业的基本知识作了深入浅出的介绍外，重视旅游行业的工作实际，重点地进行了阐述。

二是系统性。旅游服务包括食、住、行、游、购、娱等项重要活动,书中系统地介绍了这几方面的内容。

三是新颖性。书中重点引用了当前旅游业发展的新资料、新观点。

参加本书编写作者(按姓氏笔划为序):戴淞年、王征、金纪昌、张钦、陈湛匀、陈正、赵士峰,由陈湛匀任主编,陈正、赵士峰任副主编。

本书可为咨询、广告、旅游系统的工作者或爱好者阅读参考。但由于涉及面广、内容繁多、作者知识水平有限,编写谬误之处,请读者不吝指正。

编者

1993.2.

目 录

第一篇 现代信息咨询经营实务和案例

第一章 信息与信息的作用	(3)
第一节 信息与信息资本.....	(3)
第二节 信息的产生和作用.....	(9)
第三节 日益增长的信息业.....	(22)
第二章 信息的操作技术	(27)
第一节 信息的搜集、分类和分析.....	(27)
第二节 信息的运用.....	(41)
第三章 国内外商务信息情况介绍	(52)
第一节 国际商务信息.....	(52)
第二节 国内供销技术信息.....	(69)
第四章 咨询与咨询业	(86)
第一节 咨询与咨询功能.....	(86)
第二节 咨询业的历史和现状.....	(92)
第五章 咨询实务处理	(101)
第一节 咨询的程序和方法	(101)
第二节 咨询与经营管理	(107)
第六章 上海市经济贸易咨询服务公司名录	(115)

第二篇 广告实务和案例

第一章 广告概述	(157)
第一节 广告的定义.....	(157)

第二节	广告的构成、功能和作用	(158)
第三节	广告的分类	(169)
第四节	广告的经济效果	(178)
第二章	广告实务	(180)
第一节	广告规划	(180)
第二节	广告媒体及其选择	(195)
第三节	广告效果的评估与测定	(206)
第四节	广告的主题、创意和文本设计	(213)
第三章	广告技巧	(228)
第一节	广告表现技巧	(228)
第二节	广告中的心理学应用	(247)
第三节	广告的战略谋略	(259)
第四节	广告拾趣	(270)

第三篇 旅游业经营管理实务

第一章	中国旅游业发展概况	(293)
第一节	创业时期(1949~1955年)	(293)
第二节	开拓时期(1956~1966年)	(293)
第三节	坎坷时期(1967~1977年)	(295)
第四节	发展时期(1978~迄今)	(295)
第五节	邓小平同志谈旅游	(296)
第六节	世界旅游组织对旅游基本概念的重新定义	(298)
第二章	旅行社	(302)
第一节	旅行社的定义	(302)
第二节	旅行社的职能	(302)
第三节	旅行社的地位和作用	(304)
第四节	旅行社的种类	(309)

第五节	旅行社的机构设置及其职能	(310)
第六节	旅行社的基本业务	(313)
第七节	导游服务	(317)
第八节	意外事故的处理与预防	(323)
第三章	旅游饭店	(329)
第一节	旅游饭店的定义	(329)
第二节	建造旅游饭店的位置与规模	(329)
第三节	旅游饭店的式样与类型	(331)
第四节	在风景区应建何种饭店	(334)
第五节	怎样来建造饭店	(335)
第六节	饭店的星级标准	(337)
第七节	饭店的管理	(338)
第八节	餐饮	(345)
第九节	饭店业的集团经营	(350)
第十节	国外饭店营销概况	(365)
第四章	旅游交通	(365)
第一节	旅游交通的定义	(365)
第二节	旅游交通的功能	(365)
第三节	旅游交通的类型和特点	(368)
第四节	旅游交通的几个问题	(372)
第五节	旅游路线的规则	(375)
第五章	我国的旅游资源	(379)
第一节	旅游资源的分类	(379)
第二节	自然旅游资源和人文旅游资源间的相互关系	(382)
第三节	旅游资源的评价和开发	(382)
第四节	我国主要旅游景观的成因	(385)

第五节	山水风光是我国主要的自然景观·····	(391)
第六节	名胜古迹是我国主要的人文景观·····	(414)
第七节	我国古建筑的发展及其特征·····	(436)
第八节	古建筑工程·····	(439)
第九节	旅游商品·····	(449)
第十节	气候与旅游·····	(462)
第六章	旅游市场·····	(472)
第一节	旅游市场的概念和特点·····	(472)
第二节	旅游市场的调查·····	(472)
第三节	旅游市场调查的特点·····	(473)
第四节	信息的概念·····	(473)
第五节	旅游市场信息的特征·····	(474)
第六节	旅游市场调查的手段和方法·····	(475)
第七节	旅游市场的推广工作·····	(478)

第一篇 现代信息咨询 经营实务和案例

第一章 信息与信息的作用

第一节 信息与信息资本

一、什么是信息

十四大以后，中央提出了要搞社会主义市场经济，而要搞市场经济，必然离不开市场信息。那么，信息究竟是怎么一回事？它究竟有什么奇妙的作用？

“信息”一词，古已有之。《三国志》中记载：诸葛恪围合肥新城，王子真曰：“正叔欲来，信息甚大。”唐代诗人李中，在《碧云集暮春怀故人诗》中写道：“梦断美人等信息，日穿长路依楼台。”而在清代小说《金屋梦》和《红楼梦》中，均有几个地方使用了“信息”一词。例如，《金屋梦》第二十九回中写道：“就是两千亲家，隔了河北山西，数年间那得个信息。”第三十二回中又写道：“早有人将南朝信息打报告于金兀术知道，汴京无人镇守，武备懈弛”；《红楼梦》第十六回中，曹雪芹写道：“邢王二夫人、尤氏、李纨、凤姐、迎春姊妹以及薛姨妈等，皆聚在一处打听信息。”“奴才们只在外朝房伺候着，里头的信息一概不知。”第四十七回中写道“邢夫人就不知贾母已知鸳鸯之事，正还又来打听信息。”第一百零八回中“甄家自从抄家以后，别无信息”……

由此可见，“信息”一词，在我国早已存在并运用开了。在中国文里，“信息”一词的基本含义，就是“音信”、“消息”的意思。而“信息”一词的英文字“INFORMATION”原本的意思是指情报等。不过，近些年来，不少经济学家、数学家和其他学者，对信息的含义和涉及的内容，作了各种各样的阐述和解释，形成了大

同小异的多种说法。“信息”一词，已经变成包含着广泛的意义和近乎包罗万象的内容了。西方学者，把当今的时代，叫做“信息时代”、“信息社会”；把“信息”等同于财富、金钱、时间、效益和权力。按照未来学家托夫勒在其新作《权力的转移》中的说法，信息就是财富，现代的社会已模糊了。“农业”、“制造业”和“服务业”等行业的分类，越来越多的工作由处理信息符号工作或“脑力工作”组成，未来的人们所从事的工作就是吸收信息、创造信息。加利福尼亚大学欧文分校历史学家马克·波斯特(Mark-Foster)写道：“在先进的经济领域里，劳动不再包括做事，而是包括男男女女怎样相互作用和影响，或者说，人怎样影响信息，信息怎样影响人。”

从一般意义上看，“信息”是指人们看到、听到和感觉到各种事物以及得到的各样情报、知识和资料等。但是，真正要给“信息”下一个确定的定义，却不是一件容易的事。

自然界和人类社会存在的客观事物，以及它们的发生、发展、变化的各种具体情况，一旦被人们发现和获悉，就成为“信息”；同时，如果人们将得知的关于事物的情况，进一步进行调查研究，产生出情报、知识和资料等，那么，这些就更为深刻的“信息”了。所以，客观世界存在的事物及其各种情况都可能成为信息。世界上，大至宏观变化，小至微观运动，实在是数不胜数，无穷无尽。当人们运用自己的感观或辅助手段，发现和认识客观世界的某种事物及其有关的情况的时候，也就是得到相应的“信息”。当然，人们尚未发现和认识客观世界的某种事物及其有关的情况的时候，也就是未能得到相应的“信息”。如在哥伦布没有发现美洲“新大陆”以前，“新大陆”以外的人类，就没有得到关于“新大陆”的信息。而在发现“新大陆”以后，人们就不断获得关于美洲的信息。现在对于银河系以外的遥远的星空，人类还

知之甚少，或者一无所知。这就是说，人类还很少或未能掌握它们的“信息”。随着科学技术的进步，人类将会更多地掌握它的“信息”。所以，世界上的事物是无穷无尽的，人们从中获得“信息”也将是无穷无尽的。

情报是“信息”中非常重要的内容。曾有一种观点，认为情报与“信息”是两个范畴，有根本不同的含义。不过，随着人们在“信息”含义理解上的变化，及其包含内容的扩大，把情报作为“信息”的重要组成部分，看来是比较合理和符合实际的。人们从自然界直接获得的“信息”，这仅仅是“信息”的一项重要内容，但它还不是情报。情报，应该是指一个人或一群人，把自身的情况或得到的情况，自觉或不自觉地传递或报告给其他人。这种人与人之间对各种情况的传递或通报，就是情报。例如，一个小孩发现屋外突然下雨了，他把情况告诉屋里的奶奶，让奶奶赶快出来收拾屋外晒着的衣服，这就是情报。在战场上，敌人偷袭的部队被我方的哨兵发现了。这就是说，敌人不自觉地向我方传递了情况，这也是情报。而我方哨兵迅速地将情况报告给指挥员，这仍然是情报。所以，情报是人们的主观行为同客观事物更加紧密结合，并且向外传递的一种“信息”。当今的时代，在政治、经济、军事、科技、文化等活动中情报占有非常突出的地位，已经成为非常重要的“信息”。例如 1975 年，伊拉克政府中的一位顾问阿布拉什收到了一则明确的信息：“伊拉克在将其政治倾向性从当时的苏联转向西方的同时，需要购买 60 架军用飞机，价值约 3 亿美元。阿布拉什先生当时试图与一家英国公司洽购，但英国政府无法保证提供零部件。于是，伊拉克人转向法国，法国同意向他们出售 F-1 幻影式飞机并保证提供零部件。但伊拉克却认为法国要价太高，于是阿布拉什被伊拉克人召请并告知：“放下你手里的任何工作，去查一查那些法国混蛋收了其他国家多少

钱。”阿布拉什当天就去刺探情报，他在斯德哥尔摩和平学院的档案中查到了伊拉克人所需要的资料。此后不久，当时的法国总理雅克·希拉克访问了巴格达。伊拉克强人萨达姆·侯赛因将法国收取其他国家的价格表推到希拉克面前。据阿布拉什说：“希拉克当即自愿将每架飞机减价 175 万美元。”这些飞机在 1988 年结束的两伊战争期间发挥了作用。

今天，美国国家安全局和英国政府通信指挥部都保存着它们监视着某些利益攸关的大企业和组织的“监视名单”。这些企业和公司包括银行、石油公司和商品贸易商。因为这些公司的活动有可能使某些产品，如石油或谷物的价格发生世界性波动。而日本在情报活动方面更为活跃，美国前商务部副部长莱昂内尔·奥尔默认为：“日本通过在其出口贸易办公室中建立一套行动网，从而拥有世界上最精确和最有条理的经济情报系统。日本贸易振兴会是主要的情报收集者。但日本贸易公司的存亡系于情报，所以这些公司在世界各地都很活跃，我们不知道这些公司会拿出多少情报来与政府分享，但我们估计它们会拿出几乎全部的情报。”

资料同样是信息的重要组成部分。人们从客观世界得到的情况，以及获取的情报，一旦留存记忆，或者记录在案，长久储存，就成为资料，因此资料是已经储存起来的各种“信息”的集合体。知识则是“信息”中最举足轻重的内容。知识包含着人类对于主客观世界的感性认识和理性认识。在现代社会，理性认识，即那些经过总结上升具有一定科学性的认识，显得更为重要和宝贵。可以说，现代信息的核心就是知识，信息的利用就是知识的利用。以材料为例，将计算机程序连接车床后，车床可比人手在同样的钢材上切削出更多的钢片。新的知识使微型化成为可能，它使产品更小，更轻，从而削减仓库和运输成本。新的知

意味着创造崭新的材料(从飞机合成材料到生物制品)和增加我们以一种材料取代另一种材料的能力。所有的物品,从网球还到喷气发动机,都可以由新型塑料,合金和复杂的合成材料制成。新的光学材料可用来制造运算速度更快的计算机。新型的拍克装甲可由钢、陶瓷和铀合成。更加深奥的知识可使我们将处于分子状态的物质按照一定的要求改制成具有理想的导热、坦电或机械特性的物质。总之,知识既可代替资源,也可代替运处输成本。

同样的道理也适用于能源。最近在超导方面的突破最能说明知识能够代替其它资源的问题。知识除了可以代替物质、运输和能源之外,还可以节省时间,并可使产品小型化和减少场地,节省人们消耗在其它事情上的时间。由于知识减少了人们对原料、劳动、时间、空间和资本的需要,因此知识已成为最主要的信息资本。而到处爆发的信息战就是争夺对知识的控制。

二、资本演变成信息

从前,财富是基本要素,要么拥有它,要么一无所有。它是有形的、物质的,因此很容易就明白,财富生产权力,权力产生财富,也并不令人费解。事情十分简单,因为两者都以土地为基础。

土地是最为重要的资本,但却是有限的。这就是说,如果你使用它,别人就无法同时使用它。事情还不是仅此而已,它还是实实在在的,你可以丈量它,挖掘翻耕,立足于其上,用你的手足去感觉到它的存在。我们的先辈们要么拥有它,要么渴望得到它。那些地主们对其财富极为熟悉,他们熟悉每座小山、每块土地、每处泉水和每座果园。

现代大工业崛起的时候,财富发生了转移,土地再也不是俏丽的新娘了。机器和工业原材料成了最关键、最抢手的资本形