



◎ 高等院校经济与管理核心课经典系列教材 ◎

► 国际经济与贸易专业

国际电子商务教程

INTERNATIONAL ELECTRONIC BUSINESS

(第四版)

兰宜生 ◎ 主 编



首都经济贸易大学出版社
Capital University of Economics and Business Press



◎ 高等院校经济与管理核心课经典系列教材 ◎

➡ 国际经济与贸易专业

国际电子商务教程

INTERNATIONAL ELECTRONIC BUSINESS

(第四版)

兰宜生 ◎ 主 编



首都经济贸易大学出版社
Capital University of Economics and Business Press

· 北 京 ·

图书在版编目(CIP)数据

国际电子商务教程/兰宜生主编. --4版. —北京:首都经济贸易大学出版社, 2018.9

(高等院校经济与管理核心课经典系列教材)

ISBN 978-7-5638-2820-3

I. ①国… II. ①兰… III. ①国际贸易—电子商务—教材 IV. ①F713.36

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第131526号

国际电子商务教程(第四版)

兰宜生 主编

责任编辑 田玉春

封面设计



砚祥志远·激光照排

TEL: 010-65976003

出版发行 首都经济贸易大学出版社

地 址 北京市朝阳区红庙(邮编 100026)

电 话 (010)65976483 65065761 65071505(传真)

网 址 <http://www.sjmcb.com>

E-mail publish@cueb.edu.cn

经 销 全国新华书店

照 排 北京砚祥志远激光照排技术有限公司

印 刷 北京市兴怀印刷厂

开 本 710毫米×1000毫米 1/16

字 数 343千字

印 张 19.5

版 次 2007年3月第1版 2010年9月第2版

2015年1月第3版 2018年9月第4版

2018年9月总第6次印刷

书 号 ISBN 978-7-5638-2820-3/F·1549

定 价 39.00元

图书印装若有质量问题,本社负责调换

版权所有 侵权必究

第四版前言

电子商务在我国发展已有 20 余年,目前正进入全方位扩展的黄金时期。笔者在 1998 年曾写过一本书《电子商务与经济变革》,预言电子商务会引发中国经济的一场革命。然而,如今每天数百亿的网购血拼、大街小巷川流不息的快递包裹、遍布校园的共享单车、满城漫乡的微博微信让几亿国民成为俯首帖耳的“低头族”,仍然远远超过我当初的想象。

因特网及电子商务已成为大众日常生活密不可分的部分,青年一代更难以想象无网的生活。笔者不想费心揣测二十年后电子商务的具体发展状况,但我深信“不惑之年”的电子商务会有长足的进步和更广泛扎实的应用,推动经济社会加速发展和中国梦的实现。

《国际电子商务教程》自 2007 年出版后,十年来承蒙各地师生读者的厚爱,已三次修订再版。本书第四版保持原有 10 章的基本架构,但对内容做了较大幅度更新和补充,有关数据根据最新资料做了全面更新。按照当今时代的“精益生产”原则,在更新内容的同时,全书篇幅进一步精简,以适应网络时代惜时如金的快节奏学习需要。

著名经济学家马家培先生说过:“20 世纪最伟大的发明是电子计算机,电子计算机最伟大的发展是因特网,因特网最伟大的应用是电子商务。”因特网无远弗届,把世界各国的距离拉近,促进各民族的沟通融合;电子商务潜力无限、法力无边,帮助国内外企业交流借鉴、取长补短。

欣逢数字化时代,笔者作为一名热爱并从事电子商务教学研究的学者,愿与各位同行一起努力,探索创新,共同推进电子商务人才培养和电子商务事业的发展。

兰宜生

2018年3月

于上海财经大学

目 录

第一章 电子商务的发展

1

- 第一节 电子商务的产生和发展 2
- 第二节 电子商务的含义和特点 13
- 第三节 电子商务的作用 19
- 第四节 案例两则 29

第二章 电子商务模式

37

- 第一节 电子商务的应用领域 38
- 第二节 电子商务的模式 55
- 第三节 国际电子商务的实现形式 65
- 第四节 案例两则 68

第三章 电子商务技术

76

- 第一节 电子商务应用技术 77
- 第二节 电子数据交换技术 81
- 第三节 安全技术与认证技术 87
- 第四节 移动电子商务技术 106
- 第五节 案例两则 113

第四章	电子商务在国际贸易中的应用	120
------------	----------------------	------------

第一节	交易磋商的电子化	121
第二节	电子订单	128
第三节	电子合同及其履行	130
第四节	其他交易环节的电子化	137
第五节	案例两则	139

第五章	国际电子支付	148
------------	---------------	------------

第一节	电子商务与金融电子化	149
第二节	国内外电子金融的发展	152
第三节	国际电子支付手段	159
第四节	案例两则	167

第六章	国际网络营销	174
------------	---------------	------------

第一节	国际市场信息采集	175
第二节	网络广告策略	179
第三节	国际网络营销的组织管理	186
第四节	网络客户关系管理	188
第五节	案例两则	192

第七章	电子商务环境下的国际物流	198
------------	---------------------	------------

第一节	电子商务与现代物流	199
第二节	物流技术的发展	208
第三节	国际物流与物流国际化	218
第四节	案例两则	228

第八章	电子政府与海关电子化管理	236
第一节	电子政府的意义和作用	237
第二节	中国海关电子化管理	240
第三节	电子商务管理的国际协调与合作	244
第四节	案例两则	247
第九章	国际电子商务法律制度	254
第一节	国际电子商务法律框架	255
第二节	电子商务法与电子签名法	259
第三节	网上知识产权和隐私权保护	265
第四节	案例两则	272
第十章	电子商务环境下的国际竞争与合作	280
第一节	电子商务环境下的国际竞争	281
第二节	电子商务与国际供应链	288
第三节	案例两则	294
参考文献		301
后记		302

学习要点与要求

通过本章的学习,应掌握电子商务产生与发展的背景,掌握电子商务的定义和特点以及电子商务的功能和作用。

基本了解电子商务的产生和发展历程,熟练掌握电子商务的内容、含义和特点,掌握电子商务的功能,了解电子商务对国民经济的作用。

第一节 电子商务的产生和发展

一、电子商务产生的时代背景

当今世界已进入以数字化、网络化、信息化为特征,以网络通信为核心的信息时代。经济全球化与网络化成为一个强有力的趋势,信息技术革命与信息化建设正在推动社会由资本经济转变为信息经济和知识经济,并强烈地影响着国际经济贸易环境,加快了世界经济结构的调整与重组。电子商务不仅对商务的运作过程和方法产生了巨大的影响,也对人类的思维方式、经济活动方式、工作方式和生活方式发挥着重要的作用。这种影响正逐步显示和增强,同时这种变革也要求社会和企业建立新的与之相适应的管理体制。

(一) 信息化与全球化

目前,与经济全球化潮流相呼应,经济信息化的潮流来势迅猛,两大潮流互相推动,互为因果,呈加速发展之势。这向刚刚与世界经济接轨、尚未完成工业化进程的中国经济提出了新的挑战,要求其必须同时推进国民经济工业化和信息化,只有如此才可能缩小与发达国家的差距。因特网和电子商务环境使国家之间和企业之间的时空距离大为缩小,企业面对着潜力巨大的全球市场,也面对着众多的竞争对手,这无疑是对中国企业界和社会各行各业的新的压力和挑战,当然也包含着新的发展机会。

全球化是指各国、各地区发生的经济活动互相依存、越来越紧密、彼此不可分离的一个不断演变的过程。对国家来说,必须把本国的经济发展目标建立在统一的世界市场的基础上,充分考虑各种可能性和可行性,制定经济社会发展战略;对企业来说,必须善于借助别国企业的优势进行多国企业联合的组合式生产,以迅速将产品销往全球最需要的市场;对个人来说,必须准备迎接世界范围内的更激烈的求生发展的竞争,并且善于捕捉各种各样的商机,以施展个人的才干。

全球化是在新科技革命的推动下加速的,其中,网络技术对它的成长尤其重要。互联网为经济生活的全球化提供了用之不竭的信息资源,灵活方便的交往手段,高速宽敞的活动通道,还提供了统一的表演舞台——无所不包的网络市场。

因特网使国界的限制作用大大降低。国家和疆界作为历史的产物,对维护社会安定与经济发展有积极作用,但同时又可能产生消极影响,主要是封闭会限制竞争,阻碍科技交流与生产力的发展。然而,我们看到,这种负面作用正面临着知识

经济及网络经济的决定性打击。因特网的发展使国界的限制作用减弱,电子商务活动完全超出了国界,加速了全球成为“地球村”和各国民众成为“地球村”村民的进程。

据中国互联网络信息中心(CNNIC)2017年8月4日公布的中国第40次互联网络发展状况统计报告,截至2017年6月底,我国网民数量达到7.51亿人,其中,使用手机上网的网民达7.24亿,占比达96.3%。互联网普及率达到54.3%。

根据以上报告的调查数据:截至2017年6月,网络购物用户达到5.14亿,手机网络购物用户达到4.8亿,移动商务应用飞跃发展,手机网上购物、手机支付、手机旅行预定的网民均比上年大幅增长。

(二) 信息时代的竞争规则

1. 动物吃植物——不创新则灭亡

网络经济是一种适者生存的经济。由于存在较高的交易成本与信息成本,旧的传统经济是一种市场相对分隔的经济,结果是具有市场竞争优势的企业并不一定能够完全淘汰相对劣势的企业。但是,存在于新经济中的市场竞争则不同。新经济中的市场竞争属于达尔文式的优胜劣汰,这是因为以网络为生产工具的新经济具有交易成本低和信息成本低的特点,使得市场竞争更为有效,并且优势企业追求市场垄断的努力必将使劣势企业遭到无情的淘汰。

行业门槛的降低使企业面临空前激烈的竞争,成功的概率可能是十分之一甚至百分之一。即使你的企业幸运地取得了成功,你仍会发现周围立即出现了多位竞争者或跟进者,企业必须不断创新才能在市场立足和发展。需要特别指出的是,创新的定义并不只局限在技术层面,它包括每一次市场的创新、每一个商业模式的创新。一个不追求创新或没有创新能力的企业注定要被市场所淘汰,要被创新性企业“吃掉”。

2. 快吃慢、新吃旧

新经济是一种时间竞争占据主导地位的经济。一种知识产品(包括信息产品)在市场中的定价不再取决于花费在其生产过程中的工作时间,而是取决于其在短期内具有的排他性。结果是市场竞争越来越成为争时间、抢速度的竞争,时间价值成为产品价格的决定性因素。

从成立到拥有10亿美元的市场价值,惠普公司用了47年的时间,微软公司用了15年时间,雅虎公司只用了2年时间,而NetZero仅用了9个月的时间。Google公司更是在3年时间内就达到了千亿美元的市值。在网络经济时代,小公司可以战胜大公司,转型快的公司可以战胜转型慢的公司,新公司可以战胜老牌公司。没

有一家公司可以永远立于不败之地。要壮大和发展自己,企业必须以更快的速度不断创新。

3. 自己淘汰自己

达维多定律指出,企业在本行业中必须第一个淘汰自己的产品。微软公司和英特尔公司的运营都是达维多定律的生动体现——自己淘汰自己。以英特尔公司副总裁名字命名的这一定律提出:一家企业如要在市场上占据主导地位,就必须第一个开发出新一代产品,与其作为第二或第三家将新产品推向市场的企业,不如作为第一家开发出该产品的企业,尽管你的产品那时还并不完美。英特尔公司的微处理器并不总是性能完善、速度最快,但英特尔公司总是新一代产品的首家推出者,这巩固了英特尔公司的市场领先地位。微软公司不断推出新的 Windows 操作系统,从 Windows95、Windows98 到 Windows2000、WindowsXP、Vista,到 Windows7、Windows10,总在自己淘汰自己。信息时代科技创新加速带来的竞争压力是微软、英特尔和其他高科技企业要不断自我更新产品的重要原因。

二、电子商务的产生

(一) Internet 的产生和发展

电子商务是伴随着 Internet 的发展而产生的。Internet 最早是作为军事通信工具而开发的。1958 年,苏联发射了第一颗人造卫星,美国为了在高技术领域、军事领域与苏联竞争,成立了高级研究计划署(Advanced Research Project Agency),简称 ARPA。20 世纪 60 年代后期,ARPA 承担了开发一个不易遭破坏的试验性的计算机通信网络系统的任务,这个网络叫作 ARPANet,目标是保证通信系统在核战争中仍能发挥作用。因为中央通信系统在战争中是被破坏的主要目标,所以系统的基本设计 requirements 是保证网络上每个节点都具有独立的功能并具有等同的地位,资源共享,异种计算机能实现通信。该网络使用“包交换/分组交换”这种新的信息传输技术,其原理是:一组信息首先被分割为若干个“包”,每个包均包含它的目的地址,每个包通过不同线路到达目的地,再组装还原成原来的信息。这个系统最大的优点是:如果核弹击毁了军事网络的一部分,数据仍然能通过未被破坏的网络到达目的地。这一原理成为 Internet 的标准。1969 年 9 月,ARPANet 联通 4 个站点,即加州大学洛杉矶分校 UCLA、加州大学圣巴巴拉分校 UCSB、犹他大学 Utah 和斯坦福研究所 SRI,这是最早的电脑互联网络,由此人们开始利用网络进行信息交换。

1971 年,ARPANet 发展到 15 个站点,23 台主机,新接入的站点包括哈佛大学、

斯坦福大学、林肯实验室、麻省理工学院、卡内基·梅隆大学、美国航空航天局等;采用由加州大学洛杉矶分校的斯蒂夫·克洛克(Steve Crocker)设计的网络控制协议 NCP(Network Control Protocol),此协议包括了远程登录以及远程文件传输的协议和电子邮件,从而形成了 ARPANet 的基本服务;1972 年互联网工作组(INWG)宣告成立,其目的在于建立互联网通信协议;1973 年 ARPANet 扩展成为国际互联网,第一批接入的有英国和挪威;1974 年,ARPA 的鲍勃·凯恩(Kahn)和斯坦福的温登·泽夫(Cerf)合作,提出 TCP/IP 协议和网关结构,其重要之处在于该协议独立于网络和计算机硬件,并提出网络上的全局连接性;1975 年由于 ARPANet 已由试验性网络发展为实用型网络,其运行管理由 ARPA 移交给国防通信局 DCA。

20 世纪 80 年代,局限在军事领域的 ARPANet 开始被用于教育、科研。1981 年,TCP/IP 4.0 版本正式成为 ARPANet 的标准协议。同年,美国国家科学基金会(NSF, National Science Foundation)成立了计算机科学网,连接科研、教学单位共同开发和改进网络,并运行 TCP/IP 协议。1982 年 TCP/IP 加入 UNIX 内核中,商业电子邮件服务在美国 25 个城市开始启动;1983 年,ARPANet 分为 MILNet 和 ARPANet 两个网络,MILNet 成为军用网络,ARPANet 则完全用于民用科研,美国国防通信局把 ARPANet 各站点的通信协议全部转为 TCP/IP,这是全球 Internet 正式诞生的标志。

1985 年,NSF 在美国建立了 6 个超级计算机中心,1986 年,NSF 资助建立 NFSNet,连接这 6 个超级计算机中心。允许研究人员访问 NFSNet,共享研究成果。从此,NFSNet 逐渐取代了 ARPANet,成为免费的 Internet 的主干网络,对各大学和科研机构开放,用于非营利性教学和研究,成为推动科学研究和教育发展的重要工具;1989 年,欧洲核子研究中心(CERN)的物理学家蒂姆·贝纳斯·李(Tim Berners Lee)研制出 World Wide Web,推出世界上第一个所见即所得的超文本浏览器/编辑器;1990 年,NFSNet 已互联 3 000 多个主要网络和 20 万台计算机,ARPANet 正式被 NFSNet 代替,并宣布解体;1991 年,明尼苏达大学推出 Gopher,使用户能十分容易地存取 Internet 上的各种信息资源;1992 年,Internet 协会(ISOC)成立;1993 年,因特网信息中心(Internet NIC)成立。

1992 年,美国政府提出“信息高速公路”计划,公布“国家信息基础设施建设:行动纲领”,简称 NII 计划,政府进一步加强对 Internet 的资金支持,在全世界掀起信息高速公路热。从 1995 年起,Internet 主干网转由企业支持,实现商业化运营。1997 年,美国开始研究开发速度提高几百倍的第二代 Internet,其他国家迅速跟进,在美洲、欧洲、亚洲等许多国家很快投入运营。进入 21 世纪,以 3G 为代表的移动互联网络技术应用发展迅速,移动电子商务方兴未艾,移动互联网和移动电子商务

有超越固定互联网及其商务活动的态势。目前,世界已进入4G网络时代。

(二) 对 Internet 经济本质的再认识

对于因特网的概念和作用,看来有重新思考和认识的必要。通常人们把因特网视作一种新型通信工具或信息载体,是与电话、传真、电视类似的东西,但仔细思考一下,二者确有根本区别。因特网具备的开放性、互动性、群体参与、成本低廉、全天候运作的特点是任何其他媒体无法同时具备的,因此其能量和作用也是其他媒体无法比拟的。试想,如果搞电话远程教育、电话广告,其费用和效果会是如何呢?

正如纱线织成布后用途和功效发生根本变化一样,网络联系与单线联系也有本质区别,任何事物一旦“触网”往往就会发生质的变化,其能量会成十倍、百倍甚至千倍地放大。因此,因特网不是通常意义上的通信媒介,而是一种新能源——“网能”,它拥有巨大的能量,成为推动生产力发展的一种新动力。有如一个世纪前电能的应用带来社会经济面貌的根本变化(电灯取代了油灯,市内电车取代了马车,等等),因特网在社会经济各个领域的应用也正在引发新的经济革命,如同今天对电力的依赖一样,未来人们会发现自己生活越来越离不开网络。

物质、能源、信息被认为是现代经济的三大资源,而因特网则是把能源与信息结合起来的载体,所以因特网的能量将超过单纯的能源,其社会经济影响深远。一般而言,只有一种新的能源才能成为新的经济时代的特征,如“蒸汽时代”“电力时代”,因此,“因特网经济”“网络社会”这种表述可说是反映了未来社会的本质特点。

因特网为所有企业提供了平等、开放的平台,因特网的技术性能决定了电子商务可以进行空前广泛的数据交换,可以在全球范围形成开放的用户市场,贸易伙伴的形式和数量不受限制。用个形象的比喻,因特网就好像在真实的三维空间以外构建了一个虚拟的第四空间,这个空间可以提供高效率的商务环境,并将几乎全部的传统商业行为“移植”过来并进行改造。因特网在地球上创造了一个新大陆,成为地球的“第八洲”——“虚拟洲”,孕育着新的市场和潜在商机;而且因特网在不远的将来会成为“第一洲”——电子商务销售额将超过任何一洲的国民生产总值;最终还会成为“唯一洲”——绝大多数企业和消费者都将通过因特网,以电子商务形式发生业务和交易关系。可以说采用电子商务是网络时代对众多企业的强制性要求,要么做电子商务,要么将无商可务(E-business or No Business),这就是网络时代的抉择。

开展电子商务是一种全球趋势,经济全球化将加速电子商务在各国的推广。

在未来的全球竞争面前,一个企业如果不能适应这种经营环境的变化,就无法生存下去。所有企业都在新的虚拟洲上,企业要发展,必须学会应用新的竞争手段,优胜劣汰的法则在这里同样无情,而且作用会更迅速、更彻底。

三、电子商务的发展

随着 Internet/Intranet 技术的飞速发展,电子商务的规模迅速膨胀。目前,电子商务在全球的企业用户已达上千万。到 2008 年年底,全球 500 家最大企业(“Fortune 500”)已全部建立网络交易系统。

回溯 20 年,在 20 世纪 90 年代中期,信息高速公路、信息经济、电子商务对我们还是很抽象的概念,即便是在发达国家,许多人也认为那不过是政客们为捞取选票而描绘的海市蜃楼,或者是企业为吸引股民而玩的噱头。如今,不仅欧美发达国家的企业和消费者已实际体会到电子商务带来的效益和各种便利,即使在中国这样的发展中国家,民众也感受到因特网和电子商务对社会经济生活越来越深刻的影响。2016 年中国网络零售市场交易额同比增长 26%,达到 5.16 万亿元,约占全球网络零售市场的 39.2%,连续多年成为全球最大网络零售市场。

电子商务的推广应用经历了一个由初级到高级、由简单到复杂的过程,对社会经济的影响也是由浅入深、从点到面。从网上相互交流需求信息、发布产品广告,到网上采购或接受订单、结算支付账款,企业应用电子商务是从少部分到大部分,直至覆盖全部业务环节。从具体业务领域来看,也是由少到多逐步发展完善,如电子贸易的电子订单、电子发票、电子合同、电子签名;电子金融的网上银行、电子现金、电子钱包、电子资金转账;网上证券交易的电子委托、电子回执、网上查询等。总之,因特网正全面改变着社会生活的面貌,网络学校、电子图书馆、网上书城、电子音乐厅、网络棋牌室、网上医院、电子社区、电子政府、网络幼儿园、虚拟购物城,因特网和电子商务的影响无所不至,日益成为人们生活中不可缺少的内容,“电子社会”(E-society)、“电子生活”(E-life)、“电子城市”(E-city)正逐步成为现实生活。

四、信息社会的内容

(一) 信息产业的内容

1. 波拉特的信息部门划分

美国学者马克·波拉特(Mac Porat)把独立的信息部门称为“一级信息部门”,把非独立信息部门中的信息性工作称为“二级信息部门”。他用数量统计方法,从美国“国家产业划分标准”中识别出 116 个行业,将其分为 8 大类,即 8 个一级信息

部门,分别是:知识的生产和发明业;信息的分配和传播业;风险管理业;调查和协调业;信息的处理和传输业;信息设备提供业;政府;信息设施建设业。

波拉特又从美国 422 种职业中,归纳出 5 大类二级信息部门,由非独立信息部门中的信息工作构成,它们是:①知识的生产和发明者,包括科技人员、金融人员、计算机专家、律师、医生、法官、设计师等;②知识的分配和传播者,包括教育工作者、艺术家、作家、记者、图书馆人员等;③市场调查和咨询人员,包括信息收集、调查、计划管理人员等;④信息处理和传输人员,包括秘书、邮递和收发人员等;⑤信息设备劳动者,包括印刷工人、计算机操作人员、电信工作人员等。

2. 美国的信息产业划分

以美国为代表的西方发达国家一般把信息产业划分为 13 个行业。

(1)电话、电报、卫星通信、其他无线电通信行业;

(2)纸张、纸浆、纸板和照相器材行业;

(3)邮电服务行业;

(4)广播电视行业;

(5)计算机及其网络、软件服务行业;

(6)电子元器件行业;

(7)电影、体育及影剧院、场馆系统;

(8)报纸、杂志、图书和出版行业;

(9)广告行业;

(10)商业行业;

(11)经纪人、银行、保险和财政部门;

(12)政府机构的情报、治安和顾问部门;

(13)法律服务行业。

这其中,除了第 2 类、第 6 类、第 10 类可能有些疑问外,应当说与我们理解的信息产业概念大致相符。其中既包括提供信息基础设施的部门(如电话、电报、卫星通信),也包括提供信息内容服务的部门(如广播、电视、报刊、出版、广告行业)。重点发展哪些部门,则要看国家的具体需要和经济发展阶段,对发展中国家而言,因信息产业处于起步阶段,基础设施往往是发展的瓶颈。

当今世界,信息产业在社会经济生活中的地位迅速上升,报纸、广播、电视、通信、广告、咨询等信息制作、加工、传输部门在国民经济中的比重也日渐提高。信息产业没有物质产品,只生产数字、文字、图像、声音资料,却创造出千万亿的产值,成为许多国家的支柱产业。应当说,电脑的发明大大加快了信息产业的发展,使各种文字、数字、音像信息的制作加工大为简化,成本显著降低;而因特网又使信息传输

的成本大幅度降低,为信息产业的发展插上了翅膀,加快了经济信息化的步伐。这种发展进程带有某种必然性,如同有车就要修路,路通刺激多买车,车多要建高速公路,车快会提高运输效率一样。

信息产业的发展使就业结构和社会人才需求状况发生了重大变化。在当前欧美发达国家失业率居高不下的情况下,与信息产业有关的工程技术人员却远远供不应求。据美国信息技术协会(ITA)的一项调查,美国的程序编制员、系统分析员、计算机工程师和技术员短缺34万人,缺额占同类人员总数的10%,且这一缺口还有继续扩大的趋势,已成为制约美国经济发展的一个严重问题。

(二) 信息的特点

“信息”在信息科学中的定义是指“事物运动过程中偶然性的消除”。这个定义涵盖极广,我们知道,任何事物的运动和发展都包含不止一个可能的方向,比如天气的变化。由于事物发展的下一步普遍存在多种可能性,当它们真的发展到下一步的时候,就从多种可能性中选取了一种可能性变为现实性,同时排除了其他的可能性。这个消除偶然性的过程就是产生信息的过程。因此,要完整地描述任何事物都需要物质、能量和信息,世界就是由物质、能量和信息构成的,信息是世界三大构成要素之一。有用信息作为一种重要的经济资源,既具有资源的一般特征,也有它自己突出的特性。

1. 共享性

可以共同分享是信息资源的奇妙之处。其他资源往往具有排他性,无论是土地、劳动,还是资本,用在一个地方的同时,意味着它们已不可能用在另外的地方;当一个人占有它们的时候,其他人则不可能同时占有它们。而信息则可以同时向多个消费者出售(检索服务),由多个消费者共享。你和我各有一个苹果,两人交换以后每人还是各有一个苹果;而如果你我各有一条信息,交换以后,每人却都有了两条信息。

2. 时效性

信息资源比其他任何资源更具有明显的时效性。对于工农业产品而言,延误一段时间提供给消费者,可能会因为商品变质而损失部分价值。而迟到的信息已经没有任何价值,甚至产生负效应,根据过时的信息进行决策可能会铸成大错。在信息服务的交易中,不是正品就是废品,没有折价的处理品。

3. 独特性

既然信息是“不确定性的消除”,作为经济资源的信息也不能例外,它必须能够消除人们认识上或者行为上的不确定性。信息的独特性是其价值所在,不会有