

邱均平 主编

市场经济信息学

SHICHANG JINGJI
XINXIXUE

武汉大学出版社
WUHAN DAXUE CHUBANSHE

市场经济信息学

主 编 邱均平

副主编 颜金莲 王伟军 付立宏
张美娟 刘焕成

编著者 (以姓氏笔画为序)

王伟军 尤 弢 付立宏
邱均平 刘焕成 张美娟
姜 文 徐 捷 颜金莲

武汉大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

市场经济信息学/邱均平主编. —武汉: 武汉大学出版社,
2001. 3

ISBN 7-307-03144-2

I. 市… II. 邱… III. 市场经济—经济信息学—高等学校—教材 IV. F208

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2000)第 58731 号

责任编辑: 曾建华 责任校对: 刘凤霞 版式设计: 支 笛

出版: 武汉大学出版社 (430072 武昌 珞珈山)

(电子邮件: wdp4@whu.edu.cn 网址: www.wdp.whu.edu.cn)

发行: 新华书店湖北发行所

印刷: 湖北日报社印刷厂

开本: 850×1168 1/32 印张: 20.625 字数: 531 千字

版次: 2001 年 3 月第 1 版 2001 年 3 月第 1 次印刷

ISBN 7-307-03144-2/F·684 定价: 24.00 元

版权所有, 不得翻印; 凡购买我社的图书, 如有缺页、倒页、脱页等质量问题者, 请与当地图书销售部门联系调换。

前 言

当前,人类处于信息社会,并正在向知识经济时代迈进。但无论是信息经济还是知识经济,都离不开“信息”这种重要的战略资源和关键要素的作用;而且,随着信息社会化和社会信息化的不断深入,经济发展对信息的需求更大、更迫切了。在市场经济体制下,经济信息的收集、组织、加工、存取、传递和开发利用显得尤为重要。这方面的系统研究和深入发展已经形成一门崭新的分支学科——经济信息学。它是利用信息学原理和方法,研究经济信息现象、过程和规律的学问,是信息学与经济学广泛交叉、渗透和融合而成的一门新兴的边缘学科。经济信息学是在信息时代大背景下,适应社会经济信息化和信息产业发展的迫切需要而逐步形成和发展起来的,具有鲜明的时代特征、重要的科学理论价值和实际指导意义。

在我国,有组织地、比较系统地经济信息工作始于 20 世纪 80 年代初期,是在改革开放的春风催化下应运而生的。1984 年 9 月,邓小平同志为《经济参考》的题词:“开发信息资源,服务四化建设”,又为之指明了发展方向,提供了巨大动力,大大推动了我国经济信息工作和经济信息学的发展。其后,有关的研究论文逐渐增多,还先后出版了几本相关的著作,对经济信息学的发展无疑起到了积极的促进作用。但这些论著大多是在计划经济条件下完成的,难以适应市场经济发展的需要;有的一直停留在对经济信息工

作的描述阶段,没有真正将其作为一门学科来研究和论述;还有的出版年代已久,其内容也亟待更新和补充。特别是在当前经济市场化、全球化、信息化、网络化的新形势下,经济信息领域出现了许多新情况、新特点、新问题,迫切需要我们以新的视角去研究,去解决,去寻求新的正确答案。这种科学研究和学科发展的需要是我们撰写本书的出发点之一。其二,是为了满足教学的需要。早在20世纪90年代初,我就开始指导和培养“国际经济信息管理”方向的硕士生,后来又增设了“市场经济信息学”的博士生专业方向;先后以“经济信息研究与预测”、“市场经济信息学”、“经济信息管理与利用”为题,主讲了研究生或本科生课程。在较长时间的学习、教学和科研工作中,我们积累了大量的心得体会、信息资料和研究成果,现藉此机会成书出版,既作为武汉大学“九五”教材规划中的一种,又是我们近十年来研究经济信息问题的系统总结及研究著作之一。

本书取名为《市场经济信息学》,主要考虑到以下几点:第一,市场经济是世界上大多数国家采用的经济模式,我国也已将建立社会主义市场经济列为改革的目标,所以,人们平时所讲的“经济”,实际上是指市场经济而言;所讲的“经济信息”主要也是指市场经济信息。第二,市场经济对信息的需求和依赖性更大,经济信息发挥着重要的作用。第三,市场信息是经济信息的重要组成部分。但为了叙述的方便,书中也同时采用了“经济信息学”的名称。全书共16章,主要内容可概括为理论、方法和应用三个部分:一是关于市场经济信息学的基本理论问题的研究,包括市场经济与经济信息学、经济信息学的学科构建、经济信息概论、信息社会化与社会经济信息化等;二是关于经济信息领域的综合性问题和技术、方法的论述,包括经济信息管理、经济信息流通、经济信息系统、计算机管理信息系统、经济信息检索与利用、经济信息研究与预测等;三是关于各部门、各类型经济信息的管理、研究和应用问题的

探讨,包括现代企业信息系统、市场信息、金融信息、投资及房地产信息、财会信息、经济统计信息、网络经济信息的研究和开发利用。特别对网络经济信息资源、电子商务信息系统,以及计算机信息管理等新领域、新技术和新方法作了重点论述和探讨;书后还附录了与经济信息资源有关的近 400 个网址,可方便读者选用。但限于篇幅,作者们收集和编写的许多实例和各章的复习思考题未能收入本书中,这将在教学中予以补充和使用。在编著过程中,我们试图从理论、方法、应用三个角度全方位地构建经济信息学的学科体系,注重理论与实践相结合,兼顾传统文献工具与新兴的信息技术方法,力求使全书的思路清晰、结构合理、论述全面、内容丰富、观点新颖、资料翔实,既反映和吸收国内外经济信息学的最新进展,又融入我们自己的研究成果,使之具有较强的科学性、创新性、系统性和实用性;既适合高等院校的信息管理与信息系统、经济信息管理、图书馆学、档案学、经济学、管理学、市场营销学、新闻传播学、出版发行学等专业作为教材使用,也可供广大信息工作者、经济工作者和管理人员学习参考。

本书由邱均平主编,首先提出了详细的编写大纲;然后由 9 位作者分头撰写初稿;最后,邱均平、王伟军和颜金莲作了部分修改和补充,并完成了统稿工作。各章的撰稿人是:1. 邱均平、颜金莲;2. 颜金莲、邱均平;3, 8, 14. 姜文;4, 5. 刘焕成;6. 王伟军、徐捷;7. 颜金莲、王伟军、尤弢;9. 颜金莲、刘焕成;10. 张美娟;11. 王伟军;12. 付立宏、颜金莲;13, 16. 付立宏;15. 王伟军、颜金莲。书后附录的网络经济信息资源网址由王伟军负责收集、整理。本书是在作者们多年从事经济信息学研究和教学的基础上,互相交流,共同努力完成的,实际上是各位编著人员的一项集体科研成果。它的出版得到了武汉大学教务处、出版社和有关院、系领导的支持和帮助;责任编辑曾建华同志为之付出了大量辛勤劳动。在此,我们谨向以上单位和个人表示最诚挚的谢意!

由于我们水平有限,又是多人分头执笔,书中不妥之处乃至错误在所难免,恳请读者批评、指正。

邱 均 平

2000 年 6 月

1 市场经济与经济信息学

本章是全书的绪论部分。在阐述市场经济的一般概念、特征、发展模式以及与信息关系的基础上,集中论述了经济信息学作为一门相对独立的学科存在而必须探讨和弄清的一些基本问题,包括经济信息学的兴起和发展、研究对象与内容、学科特点与研究方法、体系结构,以及与相关学科的关系等。

1.1 市场经济与信息

1.1.1 市场经济概述

市场经济是借助于市场交换关系,依靠供求、竞争、价格机制,组织社会经济运行,调节社会资源配置和人们利益的经济。简单地说,市场经济就是在市场调节下运行的经济。市场及其运行机制和调节作用是市场经济发展的核心部分。所谓“市场”,就是商品交换的场所,或买卖商品的地方。虽然市场的类型多种多样,但都有一个共同点,即凡是市场都由卖方与买方或供给与需求两方面构成,而且双方总要形成一定的关系。这种供求关系决定市场价格,进而影响商品的生产和资源配置。所以,可以说市场是供求关系的总和。市场经济的概念与商品经济是同质的,只是从不同角度、不同层面来描述和概括同一事物,两者既有联系又有区别。市场经济的功能主要表现在四个方面:第一,可以合理、有效地配

置资源,使各生产要素实现最佳组合。第二,可以自动调节供求关系。市场价格信号会及时、准确地反映供求关系的变化,引导生产和消费,保证供需双方在总量和结构上大体平衡。第三,能客观地进行价值评估。商品的质量、价值,企业的经营水平,乃至某一产业的前景等,市场都会提供公正的评判。第四,优胜劣汰。市场会促使商品生产者始终按社会需求组织生产,积极采用先进技术,努力降低成本,切实提高产品质量,否则就会被淘汰。总之,市场经济在激发经济活力、促进经济发展方面具有不可替代的重要作用。

市场经济与计划经济不同,有着自己鲜明的基本特征。第一,市场经济是商品交换经济。在市场经济体制下,生产者和消费者的决策,生产与消费、供给与需求之间关系的协调,社会资源配置和收益分配都建立在商品等价交换原则的基础上;一切经济活动都直接或间接地表现为商品交换的活动。因此,商品交换是市场经济的基本特征之一。第二,市场经济是具有主体多元性的自主经济。由于市场会容纳各种不同的经济利益主体,包括自然人、法人,私人企业、股份企业、国有企业等,都会被一视同仁地包容在市场交换中,所以,市场经济的主体不是单一的,而是多元的。这些产权明确、利益独立的多元化主体,决定市场经济是一种自主经营、自负盈亏、自我发展、自我约束的自主经济。经济人在独立决策时,企业以追求最大利润为目标;消费者以取得消费剩余或效用最大化为原则;劳动者可以双向选择、自主流动,选择最能发挥自己才能和取得尽可能高的报酬的职业。这说明,无论是对企业还是对劳动者,市场经济都是一种自主经济。第三,市场经济是平等、竞争经济。在市场经济中,多元经济主体都是平等的,谁也不拥有特权,彼此之间应是公开、公平、公正的竞争关系,只能依靠自己价廉物美的商品或优质劳务参与竞争,谋求各自的最大利益。第四,市场经济是具有社会性的开放型经济。市场是商品所有者发生社会经济联系的惟一场所。通过商品的市场交换活动,各经

济主体必然要与社会成员、社会机构发生联系;全社会的生产者与消费者、供给者与需求者也会通过市场联结起来,形成全国性的统一市场。也就是说,市场经济具有社会性。同时,随着社会分工的深化,社会生产的增长,必然要求市场开放和扩大。国内市场要对国外开放,要与国际经济接轨,参与国际分工和竞争。这是市场经济开放性性的具体表现。第五,市场经济是法制经济。市场经济的形成和发展,如市场进入、市场交易、市场竞争等,都必须由法律来引导、规范、保障和约束,才能使经济主体的行为合乎法律规定,使市场成为有序的、健康的和高效的市场。因此,市场经济说到底还是法制经济。第六,市场经济具有自发性、盲目性和不确定性,对信息的依赖性也更大。由于市场主体是多元的,他们不是按照一个统一的计划去组织生产和交换,而是各自根据利益最大化原则和自己对市场行情的分析进行自主决策,因而具有一定的自发性和盲目性。同时,在市场经济中,不确定性现象普遍存在。从本质上来说,市场经济是不确定的、充满风险的。人们借助信息,可以变盲目为主动,减少经济生活中的不确定性和市场风险。我们研究经济信息也必然要研究市场经济中的不确定性问题。因此,市场经济的健康发展离不开信息的作用,而且对信息的依赖性更大。这是市场经济的显著特点之一。

20 世纪以来,特别是第二次世界大战以后,在世界经济的竞技场上,实行市场经济的国家和地区显然拿走了更多的金牌。无论是基础薄弱、资源短缺的亚洲“四小龙”的腾飞,还是经济崩溃、千疮百孔的战败国——前联邦德国、日本的重新崛起,都无不得益于市场经济体制。由于市场经济肯定了各个经济主体的利益要求,产权明确,通过供求、竞争和价格的机制及自主决策来配置资源,因而充满了生机和活力。现在,一个国家的经济若不是构筑在市场目标上,那它就很难在激烈的世界经济竞争中站稳脚跟,就不可能获得较快的发展。前苏联的教训就很能说明这一点。而中国

20多年来的以市场化为取向的改革开放,获得了巨大成功,真实地创造了一个中华民族日益强盛的崭新形象。这一事实使大家逐步认识到:市场经济是冶炼巨大财富的有效的“熔炉”。因此,我国也历史地选择了市场经济模式。党的十四大明确提出了改革的目标是建立社会主义市场经济的新体制。这是寻求发展利益和实现时代精神的产物,是中国历史上一次深刻的革命。

如果从市场构成的标准划分,市场经济的发展过程大体经历了以下三个阶段,即自由竞争的市场经济、不完全竞争(或垄断)的市场经济和国家调控下不完全竞争的现代市场经济阶段。由于世界各国所处的国内外经济环境和发展进程不同,因而各国的市场经济模式也有较大的差异。根据世界经济合作与发展组织(OECD)提供的研究报告,比较成功的市场经济模式主要有三种:一种是美国模式,即消费者导向型市场经济模式,又称“自由主义的市场经济”。它的主要特点是:特别强调市场对促进经济发展的作用,认为政府对经济发展只能起次要作用;政府调控与否往往以是否有利于消费者利益为出发点,而较少从生产者方面考虑;推崇企业家精神,崇尚市场效率;生产要素的流动性较大,激励个人消费,忽视储蓄;宏观调控体系主要包括财政预算体系和银行金融体系;存在着无限制的法律诉讼,依法管理经济是这一模式的显著特点之一。二种是日本模式,即行政导向型市场经济模式,又称“社团市场经济”。第二次世界大战后的日本经济基本上处于高速、持续增长阶段,人均实际收入从1950年的1230美元(按1990年价格计算)增长到1990年的23970美元,40年间增长近20倍,获得了很大成功。因此,日本政府对市场经济的行政干预、经济计划和产业政策的经验,引起了世界各国的关注和重视。总的来说,日本是以私营经济为主体的、高度竞争的、政府适当干预和引导的市场经济国家。日本政府与企业的关系主要反映在经济计划方面,对政府公共部门与民间部门实行不同的政策,而重点又侧重于政府

公共部门;其经济计划显示了政府经济政策的总趋向和国民经济的发展方向。日本的大部分财权由中央掌握,财政政策的基本方向则是更多地用于解决社会福利等问题。日本现有的金融机构分为两部分:一部分属于政府系统,另一部分是在日本银行监督下的各类私营银行。日本的外贸政策与其产业政策是密切配合的。产业政策的基本点是大力促进出口,适当限制进口。日本采取的是“防守型”产业政策(农业除外),又称之为适应经济变化的“积极调整型”政策。同时,还利用财政投资和信贷计划来实现政府的调控目标,促进产业结构调整,增强产业优势和经济竞争能力。这些都体现了日本市场经济发展模式的主要特点。三种是德国模式,即社会市场经济模式。德国认为,在经济上既要反对放任自流,又不能统得过死,而要将个人的自由创造和社会进步结合起来。国家在市场经济中尽可能少干预,主要起调节作用,并为市场运行制定总的规则,以保证市场自由和社会公平之间的平衡。所以,德国实行的社会市场经济实际上是国家有所调节的市场经济。这种模式同样是以市场为基础,政府仅通过财政、税收、信贷等手段进行必要的调节;在制定货币政策、调节经济方面,联邦银行起着特殊的作用;企业管理中实行的“参与决定权”是一种很有特色的措施;完善的社会保障体系也是社会市场经济的一项重要内容。以上这些内容,既是社会市场经济的显著特点,也是它取得成功的原因所在。

1.1.2 市场经济与信息的关系

如上所述,市场经济是一种有效的经济运行模式。然而,市场的有效性与信息的充分性有着密切的关系。经典的市场经济理论就是建立在充分信息的假设前提之上的。这可以从市场经济的特征和信息的功能两个方面来解释。从理论上讲,市场经济本质上就是一种充满风险的不确定性经济,不确定性是市场经济的最基

本的特征之一。在现实的市场经济生活中,不确定性现象确实无时不有、无处不在,只是不确定的程度不同而已。我们从事的几乎每一项活动,其未来结果都是不确定的。例如,我们购买一件商品,不知道是不是支付了过高的价格;储蓄的钱不知到期后会不会因通货膨胀而贬值;购买股票更是无法预知最后的结果是赚还是赔。雨伞商盼望天天下雨,而空调器生产厂家则希望天气越热越好。但是,他们能否如愿以偿,谁也无法确定。那么,市场经济中的不确定性与信息到底有什么关系呢?简单来说,信息是不确定性的负量度。“信息论”的创始人香农(C. E. Shannon)认为:信息是能够用来消除不确定性的东西。事实上,当存在着不确定性的时候,通常都同时存在着通过信息来减少或消除不确定性的可能性。例如,有充足的时间进行商品选择的家庭主妇比工作繁忙的人更容易买到价廉物美的商品;经济学家比普通社会成员更能准确地预测明年的通货膨胀率;股票大户比散户获利的机会一般要多,等等。这是因为前者显然都比后者拥有更多的信息,但是,前者得到较多的信息都是要付出一定代价的,也就是说“信息有价”。同时,在市场经济中,价格确实是一种很奇妙的东西。伟大的经济学家亚当·斯密将它比做“看不见的手”。在没有任何强制力量干预的情况下,这只“手”将总量有限的资源分配在各种商品的生产上,使每一种商品达到供求平衡,形成一种和谐、有序的局面。然而,这种价格调节作用是有前提条件的,其中最重要的一个前提就是要有充分的信息,即生产者、消费者以及管理者为了作出正确决策所必需的信息。这对于一个统一、高效的完全竞争的市场来说也是不可缺少的。经营决策必须以准确、充分的市场信息为依据;市场经济结构的调整 and 变化也是围绕市场信息的流动来展开的,而不像以前那样完全是围绕着物质和资金来组织生产。因此,“信息就是金钱,信息就是力量”的说法是对信息功能和作用的高度概括。对于市场经济来说,信息的作用显得更为突出。而在传统的

计划经济体制下,信息对大多数人来说并不重要。生产者按照指令性计划从事生产,根本不需要了解市场的需求信息;消费者在行政配给制度下购买物品,也没有必要去关心商品的有关信息;在“大锅饭”的分配制度下,个人的能力大小与经济利益无关,谁也不需要发出有关自己才能的信息;至于股票、期货、保险等信息更是不可思议的东西。在这样的经济制度下,对信息的需求很少,几乎接近于零。而当社会不需要信息时,这个社会就会缺乏生机,经济也不可能获得应有的发展。

然而,在现实的经济生活中,信息是稀缺的、不充分的。因为信息所提供的仅仅是事物发生的某种可能性,而不是它的全部可能性;商品的生产者和最终用户可能并不一定知道对方的存在,也不可能完全掌握市场上的所有需求或销售信息;或者是为了获取这些信息需要付出过高的代价,以致于出售或利用它们后也难以得到足额的补偿。这说明信息本身也包含着不确定性。在不确定的市场经济中,如果信息是不充分的和不对称的,那么,信息有价就可能会导致市场机制失灵、市场效率降低。在很多场合中,这种市场机制失灵通过某种手段可以避免,但是经济当事人最后形成的选择很可能并不是最优的选择。这种不完全信息干扰市场经济运行的有效性,也是信息有价的不同表现形式。正因为如此,人们才愿意为稀缺的信息支付一定的价格,以便挽回因信息不充分而带来的部分损失。同时,信息有价也刺激了一部分人去生产、收集、加工并出售信息,有些人则成为职业的信息服务者——信息中介人。这是在市场经济的演变过程中产生的;是对市场信息不充分的一种必要的补充。信息中介人或中间商通过“生产”并“销售”信息来取得收益,同时也为广大信息用户和市场经济服务,并形成了一个崭新的、充满希望的特殊产业——信息服务业。这是市场经济与信息之间密切关系的最好写照和佐证。

1.2 经济信息学的兴起和发展

在人类社会,自从有经济活动以来就客观地存在着经济信息。但是,作为研究经济信息的科学——经济信息学,却是一门刚刚兴起的非常年轻的学科。它是在一定的历史背景与客观条件下产生和发展起来的。

1.2.1 经济信息学的产生背景

经济信息学的兴起与发展既有其历史必然性,也有其现实可能性。经济信息学是经济学与信息学广泛交叉、结合并发展到一定程度的产物,也是当今信息时代的迫切需要;同时,科学研究的不断深入、分化和发展又为经济信息学的形成提供了必要的客观基础和条件。因此,经济信息学的产生并非偶然,而是由学科发展规律和信息社会需求所决定的。

(1) 社会背景

社会需求是经济信息学形成和发展的根本动力;信息时代的社会信息化是经济信息学产生的社会背景和土壤。科学学与科技史的研究表明,社会需求是学科产生与发展的根本动力,经济信息学也不例外。经济信息学的产生和形成首先是社会经济信息化的迫切需要。它是与经济信息总量急剧增长以及社会对经济信息的需求与日俱增紧密相联的。在自然经济条件下,个体的自给自足的经济对信息的需求微乎其微;在简单商品生产条件下,由于经济活动的范围狭小、规模不大,生产经营管理也并不太需要大量的经济信息,或者对信息产品的利用处于不自觉的、盲目的状态中。因此,经济信息在社会进步和经济发展中的重要地位及作用还没有显示出来。20世纪以来特别是第二次世界大战以后,随着市场经济的发展,生产规模迅速扩大,市场竞争日益加剧,社会经济活动

的范围大大拓宽,出现了社会化和国际化的趋势。在这种新的形势下,无论是企业对生产的控制、组织和协调,还是有关发展战略、经营方针等经济问题的宏观决策,都必须建立在充分的经济信息基础上。这是因为,经济信息是决策的前提和基本的投入因素之一,是社会经济发展的战略资源,是企业生产经营成败的关键。这样,就迫切需要获取大量的、及时的、准确的和各方面的经济信息,因而对经济信息的需求量急剧增长,对经济信息产品的利用程度也随之不断提高。同时,由于科学技术的发展加快,技术更新周期缩短,经济发展中的新技术、新工艺、新设备、新产品不断涌现,从而极大地增强了社会生产力,提高了整个社会经济运动的速度。随着经济运动的加快,对经济信息的需求量也大大增加了。任何一个经济部门或企业不仅要及时掌握本部门、本企业内部的经济信息,而且更需要获取整个经济运动及外部环境变化的各种信息,以便及时采取相应的对策,适应社会和经济发展的客观需要。此外,在现代经济中,劳动生产率的增长主要依靠提高劳动者的智力水平和整体素质,因此,劳动者智力和素质的作用越来越大,信息消费在劳动者整个消费中的比重日益增加,人们对信息的需求量也相应增大。

从 20 世纪 60 年代起,西方经济学界就提出了一种新的观点,即现代社会开始从以物质生产为重心的工业社会向以知识信息的利用为重心的信息社会转变。随着现代科学技术的进步和社会生产力的飞速发展,这种转变过程不断加快,社会经济的信息化程度不断提高,使人类社会真正进入到了一个新的发展阶段——信息时代。西方学者将其称为“后工业化社会”或“信息化社会”。马丁(W. J. Martin)认为:信息化社会是一个其生活质量、社会变化和经济发展越来越多地依赖于信息及其开发利用的社会,在这个社会里,人类生活的标准、工作和休闲方式、教育系统和市场都明显地被信息和知识的进步所影响。也就是说,工业社会的战略资源

是物质和资本,而信息社会的战略资源则是知识和信息。这说明社会发展的战略思想和社会结构发生了根本转变,而社会信息化是这种变革的主要特征。由于社会经济的发展和信息化程度的提高,一方面大大促进了知识信息的创新、传播和利用,使得知识信息总量急剧增长;另一方面又对知识信息特别是经济信息产生强烈的和大量的需求,使其社会需求量明显加大。这是促进经济信息学兴起和发展的根本动力。在社会经济的发展过程中,不仅产生了许多新型的信息载体,而且必然会带来知识信息量的大爆炸。据报道,近30年来,人类生产的信息已超过历史上几千年所产生的信息总和;当今人类社会的知识量大约每7年就翻一番!目前,因特网(Internet)上已有150万个网址,3.5亿个网页,并还在以每天10万页、近2000万单词的速度增长;使用因特网的人数已超过1.4亿人,其中75%的用户都是为了从全球信息网(www)上获取信息。由此可见,当前知识信息量的增长和传播速度都是十分惊人的,这无疑会促进社会经济的信息化和经济信息的开发利用。在这种社会信息化过程中,必然会不断地产生各种新问题,并提出许多新的课题,要求人们进行系统的研究,寻找科学的答案。这些十分紧迫的任务和需求呼唤着新的学科问世。这是经济信息学产生的重要原因之一。

(2)经济背景

信息产业、信息经济和知识经济的发展是经济信息学产生的经济背景。20世纪70年代以来,一个崭新的“信息产业”受到极大的重视而迅速崛起和发展,并已成为信息经济的主要支柱和信息社会的重要标志之一。我们认为,信息产业是指经济领域中进行信息设备、信息产品和服务的生产、分配、流通和消费而形成的新兴产业。它实际上是一个以信息为核心要素的产业群,主要包括信息设备制造业、信息技术业、信息传播业和信息服务业等。也有人认为,信息产业是“支持所有信息化的产业的总称”,而