

绩一览表

湖南省“八五”自然科学基金重点资助课题

集成信息公司招聘启事

闽建蜀杭

潜力加上较高增长

JING MAO XIN XI YAN JIU

经贸信息 研究

□ 刘炳延 著
□ 湖南科学技术出版社

午市初元... 减免范围不符

国内铜铝期市一周行情诗

九州漫步·神州游踪(六)

南京规划兴建四条地铁
欢迎中外人士投资开

明 刘 陶
利用外资加速发展通

7.2
6.7
●湖南省“八五”自然科学基金重点资助课题

经贸信息研究

刘炳延 著

1416/15

3

湖南科学技术出版社

湘新

经贸信息研究

刘炳延 著

责任编辑：沙一飞

*

湖南科学技术出版社出版发行

长沙市展览馆路3号

湖南省新华书店经销

湖南省新华印刷二厂印刷

印装质量问题请直接与本厂联系

厂址：邵阳市双坡岭

邮编：422001

*

1994年11月第1版第1次印刷

开本：850×1168毫米 1/32 印张：12.5 字数：331,000

印数：1—2,000

ISBN7—5357—1489—7

F·197 定价：12.00元

地科 149—89

434379

前 言

本书是湖南省“八五”自然科学基金重点资助的科研课题成果，旨在说明社会主义市场经济体制下，经贸信息研究应如何为国民经济建设主战场服务。其重点是为实现我国经济与世界经济顺利接轨，为我国经贸实体走上世界参与国际市场竞争出谋献策，特别是为“复关”后的我国企业，巩固已有市场迎接国际同行挑战壮威导行。其写作力求理论和实践相结合，在“大、新、远、高、实”五个字上下功夫。即从世界经济变化的宏观着眼，面对全球大市场行情动态思考问题，尽量为用户提供新思维、新观点、新主意、新数据和新信息；立足长远、明确目标，提供战略、计高一筹；将国外诸多成功的企业集团、跨国公司经营管理经验介绍给国内同行，帮助企业等经贸实体解决面临的实际困难和问题，转换经营机制，走内涵挖潜增效益的新路。当然，要达到上述要求，困难不少，作者深感有负众望。

在研究撰写过程中，承蒙湖南省科委、省自然科学基金评委会、湘潭大学学术委员会和科研处的领导、专家、教授关怀、扶持和帮助，才使这一成果在一年多时间得以破土而出；衷心感谢武汉大学博士生导师严怡民教授的多次指教；所阅读的文献，除书后或注中所列之外，绝大多数学者著述由于篇幅所限而未能一一列出；新华社参考新闻编辑部为这一研究提供了大量难得的资料；湘潭大学信息管理系的荀昌荣教授、曹素芳副教授等均给予热情指导和大力支持；青年教师侯金川同志参加了本书第七章的写作。

本书既是作者十年来从事情报信息教学科研的小结，也是作

者探索我国社会产业结构优化研究的起点,可作为大学本科经济、贸易、工商、管理、经贸信息和图书情报等专业的教材,也可供科研机构、企业和经贸实体、情报信息等单位的有关人员开展科研和经贸业务活动时学习参考。

本书定稿后,经国务院学位委员会学科评议组成员、博士生导师严怡民教授(武汉大学),宋毅教授(中国发展战略学研究会),郭俊义教授(国防科工委),赵振英教授(中国社会科学院),秦铁辉教授(北京大学)的评审鉴定。对于上述知名专家学者的热情赐教,特致以崇高的敬意。

由于本书涉及领域宽广,作者痛感力不从心;加之“复关”指日可待,时间紧迫,可能书中错误和不足之处甚多,希望得到老师、同仁、企业家和广大读者的批评指正,求得在今后的科研征途上,进行更好的合作。

刘炳延

1994年10月

内 容 简 介

本书全面论述了在社会主义市场经济体制下，经贸信息研究的学科性质、特性、原则、地位与作用，以及与环境的关系；经贸信息研究的内容、步骤和方法；宏观、中观、微观和成本效益等可操作性政策模型；经贸信息研究专家系统及其相关问题；经贸信息研究成果及其管理；经贸信息研究的未来展望等基本理论问题。可作为经济、贸易、工商、管理、经贸信息和图书情报等专业本科学生学习的专业教材。广大科研、经贸、企业和情报信息等单位的有关人员在开展业务活动时，也很有实用价值。

目 录

前 言	(1)
第一章 绪 论	(1)
第一节 市场经济与经贸信息研究	(1)
第二节 经贸信息研究的学科性质	(12)
第三节 经贸信息研究的特性	(21)
第四节 经贸信息研究的作用	(29)
第五节 经贸信息研究的原则	(41)
第六节 经贸信息研究的环境	(48)
第二章 经贸信息研究内容	(59)
第一节 社会情报信息	(60)
第二节 科技信息	(76)
第三节 技术经济信息	(95)
第四节 市场信息	(114)
第五节 金融信息	(122)
第六节 企业信息	(130)
第七节 经贸管理信息	(141)
第八节 经贸政策信息	(150)
第九节 经贸预测信息	(162)
第三章 经贸信息研究步骤	(169)
第一节 选定研究课题	(169)
第二节 调查收集资料	(176)
第三节 分析综合与提炼	(191)
第四节 撰写研究成果	(194)

第四章 经贸信息研究方法	(202)
第一节 方法论原理概述.....	(202)
第二节 逻辑学方法.....	(210)
第三节 数学方法.....	(245)
第四节 系统科学方法.....	(255)
第五章 经贸信息研究可操作性模型	(269)
第一节 系统动力学模型.....	(269)
第二节 社会产业成本效益模型.....	(279)
第三节 市场动态信息形态模型.....	(286)
第四节 最佳投入要素结合模型.....	(291)
第六章 经贸信息研究专家系统	(297)
第一节 经贸信息研究专家系统.....	(297)
第二节 经贸信息传输网络.....	(306)
第三节 电子计算机的运用.....	(310)
第四节 知识库与数据库.....	(319)
第五节 经贸信息研究人才.....	(326)
第六节 标准化与知识产权的研究.....	(333)
第七章 经贸信息研究成果	(342)
第一节 经贸信息研究成果的类型.....	(342)
第二节 经贸信息研究成果的评价.....	(347)
第三节 经贸信息研究成果的管理.....	(353)
第八章 经贸信息研究展望	(361)
第一节 经贸信息研究发展概况.....	(361)
第二节 经贸信息研究发展趋势.....	(366)
第三节 经贸信息研究社会化.....	(374)
第四节 经贸信息研究的新路向.....	(379)
参考文献	(391)

第一章 绪 论

当代科学技术和商品经济的高速发展，推动着社会的巨大进步。社会信息化和信息社会化的时代潮流，正在改变人们的思维方式和生活方式；科技、经济和贸易领域的国际竞争，促使人们的社会经济活动日趋高级化和复杂化。由于现代生活的重重压力，迫使人们迫切需要准确及时的情报信息，作为经济贸易活动的决策依据。在此形势下，经贸信息研究也就应运而生了。

第一节 市场经济与经贸信息研究

市场经济既是一个历史的概念，又是一种带有国际性的社会经济组织形态。研究、熟悉市场经济及其发展过程，有利于我国社会主义市场经济新体制的确立；有利于实现我国经济和国际经济的顺利接轨；有利于恢复我国“关税及贸易总协定缔约国”地位后的经济实体进军国际市场；有利于在开放的国际大环境中进行经贸信息的收集和研究活动。

一、市场经济的概念与内涵

市场经济就是以市场为中心，以企业为主体的经济运行体制。

西方经济学中所说的市场经济，一般是特指生产资料私有、经济决策高度分散的自由私人企业制度。在这种制度中，生产什么，如何生产和为谁生产，是由价格机制决定的。具体地说，生产什

么东西取决于消费者的货币选票，即消费者每天作出的购买这种物品而不是那种物品的决策；如何生产取决于生产要素的价格和不同生产者之间的竞争。在这种竞争中，最便宜的生产方法，由于其成本低、效率高，必然会代替费用高的生产方法；为谁生产则取决于生产要素市场的供给与需求，即取决于工资、地租、利息和利润的大小。

市场经济这种经济组织形式，产生于资本主义制度之先，却推动着资本主义生产方式的向前发展，对巩固和发展资本主义制度起着重要的历史作用。在大多数西欧国家，市场经济成为占支配地位的经济组织形式已达七个世纪。美国虽然只有两百年的建国历史，却把自由市场经济组织形式推上发达的顶峰。

市场经济只是现代社会生活中的一种经济形式，而不是资本主义制度的代名词。虽然它推动了资本主义制度的产生和发展，但同样也可以为社会主义制度所利用。邓小平同志1992年初南巡谈话明确指出：“社会主义要赢得与资本主义相比较的优势，就必须大胆吸收和借鉴人类社会创造的一切文明成果，吸收和借鉴当今世界各国包括资本主义发达国家的一切反映现代化生产规律的先进经营方式、管理方法。”因为社会主义生产方式同样也是以现代商品经济为主体的社会化大生产，需要与之相适应的市场主体、市场组织、市场结构、市场功能和市场机制等市场经济体系。因而必然要求确立市场经济体制这样巨型社会系统工程，以利于进一步解放和发展社会生产力。

二、市场经济的特点

市场经济作为现代社会生活中的一种经济形式，和一定的社会制度结合起来，就形成不同社会性质的市场经济，就有不同的社会作用和特点。

在资本主义社会制度下，由于生产资料的私人占有，建立在这种私有制基础上的市场经济，就是资本主义市场经济。这种市场经济具有灵活性、竞争性、垄断性、投机性、盲目性和强制规

范性的特点。

灵活性。由于这是一种以市场为中心，以企业为主体的经济运行体制，因而生产什么，如何生产和为谁生产，都由价格机制所决定，利润成为企业经营的驱动因素。因而生产内容、经营方式和市场策略都是以变应变，十分灵活，充分显示了市场经济的活力。

竞争性。由于在同一市场上，会有不同的企业产销同类产品，用户也就会“货比三家。”这必然会导致同行企业为了争夺用户而在产品设计式样、产品质量、产品价格和营销方式上展开激烈的竞争，形成同行如同冤家的竞争态势。因而在市场经济体制下，竞争是绝对的、无情的和残酷的。

垄断性。由于竞争具有排他性，竞争的目就是为了巩固或抢占市场，保住或夺取他人的市场占有份额。因而竞争的结果必然导致垄断，产生各式各样的垄断财团。今日的跨国公司就是市场垄断的结果。而跨国公司的产生和成长壮大，又进一步垄断着市场。

投机性。由于市场经济的竞争性和垄断性，必然导致参予市场竞争的企业产生投机性，利用各种渠道和手段获取情报信息。在单个市场之间形成的空间差、时间差、价格差和品位差上大做文章，获取差额利润，发展风险经营。在某种意义上，市场经济的投机性，铸造和埋葬着成批的冒险家。

盲目性。在市场经济中，起驱动作用的是利润。对企业来说，必然会受利润因素的诱惑，大利大干，小利小干，无利不干。这种微观上的灵活，往往带来宏观上的盲目，造成生产过剩，导致经济危机，产生经济萧条。

强制规范性。由于市场经济是产生在私有制基础上的自由经济，既有灵活性，也有破坏性；既有积极作用，又有消极作用。因此，实行市场经济的国家，政府当局制定成套的政策法规，强制规范市场竞争，限制和减少其破坏性和消极作用。因此，在某种意义上说，市场经济又是法制经济。

从上述特点分析，资本主义市场经济必然会产生三个致命弱点。^①其一，资本主义私有制的自由市场经济，产生自私自利的商业活动。唯利是图，不平等竞争，挤垮对手，坑害顾客，这都是资本主义社会经济贸易活动中的常有现象。这是因为，在资本主义制度下，无论政府当局如何用政策法规强制规范，而要把握住自由市场经济平等竞争这个最根本的原则，却很困难。即在自由市场经济中，人与人之间的商品交易活动，本应互利互惠，但由于自私自利的动机驱使，却是尔虞我诈，弱肉强食；其二，资本主义市场经济的盲目性，常常造成“供过于求。”产生每隔8—12年一次的周期性经济危机。在本世纪的1929—1933年资本主义世界严重的经济危机中，三千多万失业大军找不到工作，设备良好的工厂关门停产，巨大的自然资源未得到开发，广大民众处于贫困的深渊；其三，进入市场竞争的各个企业，都从自身的发展需要出发，运用市场机制，我行我素，优胜劣汰。政府宏观调控难以进行和奏效。

我国社会主义市场经济新体制是建立在生产资料公有制基础上的。这种市场经济不同于以往实行的计划经济，也不同于西方国家的资本主义市场经济。它充分吸收了各种社会经济组织形式的一切所长，而摒弃其所短，从而具有鲜明的中国特色，即时代性、民族性、主体性、多元性和计划调控性。

时代性。中国的社会主义市场经济新体制，酝酿于80年代，确立于90年代。在内容上，高度融汇了物质经济和信息经济，它受价格机制和情报信息双重力量所驱动，以国家利益为前提，经济决策的范围和方式适中灵活，具有时代的特征。

民族性。中国社会主义市场经济新体制是以优秀的中华传统文化道德为支柱的，进入市场的企业必须义利并重；在国内同行之间的竞争，更多的是评比竞赛，取长补短，局部服从整体，节

① 欧美·克里斯托尔（美），“资本主义前景透视”，《华盛顿邮报》，1992年1月3日。

制资源耗费，寻求资源配置的优化。这是任何西方国家的市场经济都不能做到的。

主体性。中国的社会主义市场经济新体制是以国有企业为其主体和主导地位的。对于国有企业来说，须按照市场经济的要求，重塑产权关系，实现四个优化，即优化产权结构，优化国有经济结构，优化经营方式和优化企业的内部机制。只有国有企业的主体性明确了，社会主义市场经济新体制才有牢固可靠的基础。

多元性。中国社会主义市场经济新体制是建立在以国有经济、集体经济为主体的多元混合经济结构之上的。在确保公有经济在国民经济结构中的主体和主导地位的同时，还大力发展联营经济、私营经济、个体经济、股份制经济、外商投资经济、港澳台投资经济和其他经济等非公有经济。达到搞活经济，搞活市场，增强竞争力的目的。

计划调控性。中国社会主义市场经济新体制是由计划经济体制过渡而来的。因而保留了计划经济具有强大威力的优势。在市场机制运行过程中，走的是政府调控市场、市场引导企业的新路。这样可以减少市场经济发展过程中的盲目性，避过资本主义世界周期性经济危机。有利于发展社会主义生产力，有利于增强综合国力，有利于提高人民群众的生活水平，有利于抗御资本主义世界经济的干扰。

三、市场经济的组成要素

市场经济是巨型社会系统工程，其组成要素十分复杂，大致包括七个方面。

1. 市场主体。市场经济主体成分是企业。企业是社会的经济细胞，是自主经营、自负盈亏进行产销活动的经济实体。在社会主义市场经济体制中，企业要脱离政府的行政羁绊，走上市场，独立自主地开展经贸活动。当然，企业自身也要理顺产权关系，转换经营机制，改变经营观念，由过去产供销的卖方市场，转到销供产的买方市场，以其优质产品、优质服务来获取合法利润；以

雄厚的实力和完美的企业形象，来参与国内外市场的激烈竞争，在改革中显示自身主体成分的价值。

2. 市场体系。这是市场经济体制的核心内容。它包括多元化市场，统一性市场，买方市场，市场活动的基础设施，市场中介组织等。在多元化市场中，又分为消费资料市场、生产资料市场、金融市场、劳动力市场、信息市场、技术市场、期货市场、房地产市场、企业产权交易市场等。市场体系是要通过政府政策法规的形式来加以培育的。

3. 市场价格机制。这是市场运行的传导机制，是一种由市场主体依据市场供求关系状况制定价格的形成机制，具有双重选择机理。即市场主体既依据市场供求关系对其价格的接受程度来选择自身的经营行为，又由于市场主体的经济利益是通过市场价格实现的。因此，市场主体必然时刻关注市场行情的变化，在适应供求关系的合理市场价格中，获取收益最大化。

4. 政府职能作用。在市场经济体制中，政府的职能作用是对经济运行进行宏观调控。这是因为，市场的内在特性是以经济效益来评价调节其微观领域即市场主体的，其调节也最具有效率。但它无法调节公用产品的供给，诸如基础设施，社会公益事业、福利事业等，即人们通常所说的市场经济所必需的硬、软环境因素，这都必须靠政府的职能作用，由多方式和多渠道的投入来解决；同时，市场主体是以市场为中枢决定其经营行为的。它的注意力必然全部集中于市场需求上，而市场需求是短时态而非趋势性的。由此决定了市场主体的短期化经营行为；第三，由于市场主体在追踪市场需求时，一般仅能考虑其自身的行为和产品在市场中的正效应。由此又决定了市场主体的边际选择范围狭窄。第四，就全社会来说，市场的经济收益评价性会产生个人、集团、阶层、地区间收入和不平衡，从而导致各种利益的社会矛盾和冲突，需要政府运用政策和行政职能手段，制定中长期社会经济发展目标、规划及实现的战略措施，引导市场主体经营行为长期化；通过宣传、教育和公用事业，社会福利等举措来缩小差距，调和缓

解发展市场经济过程中所产生的各种社会矛盾。

5. 金融手段。在建立社会主义市场经济体制过程中，金融手段是最为关键的。正确运用金融手段，制定一个既能促进经济有效增长、又能避免宏观失控和通货膨胀的货币政策，是保证社会主义市场经济平稳发展的重要目标 and 内容，也是政治经济体制改革顺利进行的条件。

6. 计划与市场。在市场经济体制中，计划与市场是交替使用和相互补充的两种重要手段，要正确认识和处理计划与市场的功能作用。在处理不同的问题时，运用不同的手段和机制，如市场资源的配置和调节经济活动的机制，就在于市场这只“看不见的手”调节交换，使商品价值得以实现，并调节社会供求引导经济发展。因此，市场在调节经济运行，管理经济活动中的作用是不可替代的。同时，市场主要反映眼前的、局部的利益，存在一定的自发性和盲目性。所以社会经济活动的有些方面是不能交给或不能完全交给市场去调节的，需要国家运用计划手段，进行必要的宏观调控和管理，以保证市场经济体制的有序化运行。这也是我国社会主义市场经济有别于资本主义的自由市场经济的重要方面。

7. 衔接国际市场。当代市场经济体制的活动空间在日益扩大，既涵盖国内市场，又外延于国际市场。在国际经济日趋一体化和国内外市场界域日益模糊化的今天，一个国家的经济决不能游离于国际市场之外，必须实现我国经济与国际经济的顺利接轨，促使市场经济主体成分的企业跨出国门、走上世界。因而需要依照国际市场的通行惯例来规范市场行为。为国内外企业提供平等竞争的机会，将国民经济总体水平提到一个更高的层次，以便抓住机遇，迎接国际市场的挑战。

四、市场经济发展的动力

说到市场经济发展的动力，就会有人想到价格机制问题。的确，价格机制能够在某些时候、某些地方、某些场合起到刺激市

市场经济发展的作用。尤其是在计划经济体制下的我国，由于多年执行的是低工资、低物价的政策，对有关国计民生的商品价格，往往统得过死、管得过严，以致挫伤了企业产销经营的积极性。在向市场经济体制过渡的今天，放开商品价格，对部分商品适当提价是必要的。这有利于刺激市场主体的产销积极性，有利于推动社会主义市场经济新体制的确立。然而，对于发展市场经济来说，价格机制不是唯一的动力因素。放价和提价也不是一个长远之策。在微观上起刺激作用的因素，不一定在宏观上也是如此。就以我国当前的物价水平来说，由于小步快跑，连续多次地放价和提价，我国商品的价格和国际市场相比，正在丧失其价格优势。就连农产品的价格，也开始高于国际市场。因此，将价格机制作为发展市场经济的唯一动力，这在认识上是片面的，在行动上也是危险的。1992~1993年，我国政府决定降低关税税目6260多个，占整个进口商品种数的87%，降幅为15%。^①这就为国外商品廉价进入我国市场，提供了必要的条件。如果国内商品还一味走放价、提价之路，就会堵塞我国商品进军国际市场之路，甚至连国内市场也很难保住。这对发展社会主义市场经济是很不利的。

从宏观的、长远的和全局的角度来看，发展市场经济的真正动力是信息，这早已为工业国家和企业集团中的决策人士所认识。由于市场空间跨度日益广漠，因而在局部市场之间，常会形成空间差、时间差、商品差和价格差，从而形成物流即商品流。“流”即市场情报信息。市场主体如能及时获得和准确掌握这些市场信息，促使商品的合理流动，就能获得丰厚的差额利润。然而，获得这种差额利润的机遇，也不是轻而易举的，关键是要市场信息流通渠道畅通，市场主体吸收消化信息迅速、决策科学及时。因为市场行情是变化的，物品价格是波动的，常常“早晚市价不同”。只有那些运用情报信息作为竞争武器的市场主体，才能适应和掌握市场变化的规律，推动市场经济的发展。

^① 《信息时报》，1994年1月20日。

建立社会主义市场经济体制新框架要靠情报信息的力量。市场经济体制的框架好比平地建屋的支柱,起着撑托的重要作用。概括地说,我国社会主义市场经济体制的框架,须有八根支柱。那就是:适应市场经济体制的所有制结构;适应市场经济体制的现代国有企业制度;适应市场经济体制的价格形成机制;适应市场经济体制的完善的发达的市场体系;适应市场经济体制的劳动分配制度;适应市场经济体制的间接宏观调控体系;适应市场经济体制的社会保障、住房制度;适应市场经济法律法规体系的建立等。这些构造市场经济体制框架支柱的材料从何而来,支柱如何定位,怎样发挥支柱的撑托作用等等,均须靠情报信息力量导引。

解决市场经济体制中的难点,同样要靠情报信息。因为改革是一场革命,需要变更不适应生产力发展的生产关系和上层建筑,当然难点多。用情报信息的观点分析,确立社会主义市场经济的新体制,至少有五大难点:即国有企业的改革;要素市场的建立;解决社会分配问题;转变政府职能和建立间接宏观调控体系;完善的法规体系的建立。这些都是产生于计划经济体制中的深层次问题,在向市场经济体制转变的过程中如何解决,目前难有现成方案。但可用“拿来主义”的办法,吸收与借鉴别国他人的经验教训,为我所用,把体制改革难关攻破。

情报信息能够引导人们走出思想误区,推动社会主义市场经济健康发展。发展社会主义市场经济,建立社会主义市场经济体制是一项复杂的系统工程,也是一个广阔的露天舞台。办事的、表演的、看戏的,什么人都有,思想误区也必然不少,这是不足为怪的。因此,完成这一工程,既要有紧迫感,又要尊重客观规律,遵守政策法规,脚踏实地工作。那种认为社会主义市场经济只要市场机制,不要宏观调控;发展市场经济就是“一切向钱看”,搞拜金主义;以及自觉不自觉地将物质文明建设视为硬任务,精神文明建设视为“软”任务的观点,都是思想上的误区,是一种不明时局、不懂市场经济的盲目性。这些误区,均不利于实际工作的顺利推进,有碍于社会主义市场经济的健康发展和社会的全面