

信息经济学

乔伊弗·弗雷德曼·沃尔珀特

陈玉轴

蒋玉琨

萨缪尔斯·沃尔珀特 合著

肖国荣

黄北海

合译



信息经济学

张维迎 · 周其仁 · 吴敬琏 主编

第二版 增订本

1998

张维迎 · 周其仁 · 吴敬琏 主编

第二版 增订本

1998



信息经济学

陈玉轴 蒋玉琰 台译
肖国荣 黄北海

山西人民出版社

信 息 经 济 学

陈玉轴 蒋玉珉

肖国荣 黄北海

山西人民出版社出版发行

(太原并州北路十一号)

武汉市新洲县第二印刷厂印刷

*

开本: 787*1092 1/32 印张: 6.75 字数: 14千字

1989年8月第1版 1989年8月武汉第1次印刷

印数: 1—1000册

*

ISBN 7—203—01213—1

F·151 定价: 3.00元

译 者 的 话

信息从远古走来，成了当前热门的话题。它向未来走去，引爆一连串技术革命，使下一世纪变成信息世纪。

信息与经济本来是风马牛不相及。可自从人们发现信息原来是不可缺少的生产要素，是现代生产效率急升的奥妙所在，信息和经济就结上了扯不清理还乱的关系。当前，不仅企业界和经济学人日益密切地关注信息的神奇力量，情报界人士也越来越重视自己工作的经济价值。

信息是衡量一个国家当代文明的标志。“信息经济学”将为我国的文明建设作出自己的贡献，这本小译作如果能为中国特色的“信息经济学”的诞生贡献一二，译者将引为慰藉。

时间仓促、水平有限，欢迎批评。

译 者

责任编辑：朱 马

封面设计：石绍志

ISBN 7—203—01213—1

F · 151 定价：3.00元

目 录

第一篇 信息与经济

第一章 信息的作用

第一节	信息特征	1
第二节	信息范围	2
第三节	教育信息	3
第四节	娱乐信息	5
第五节	决策信息	6
第六节	信息价值	7
第七节	信息产业	9

第二章 基础经济学

第一节	基本经济原理	16
第二节	需求原理	17
第三节	供给原理	20
第四节	供需相互作用原理	24

第三章 教育与文化水平

第一节	教育作用	27
第二节	美国教育	28
第三节	欧洲教育	33
第四节	太平洋国家教育	39
第五节	发展中国家教育	43

第四章 信息源

第一节	信息流	48
-----	-----	----

第二节	政府调查与统计资料·····	51
第三节	报刊与广播·····	52
第四节	机关团体资料·····	55
第五节	职业信息商的原始资料·····	56
第六节	二手资料与其他资料·····	57
第五章 作为生产要素的信息		
第一节	文化水平与收入水平·····	61
第二节	出版发行事业状况与收入水平·····	63
第三节	科学、健康、生活水平与收入水平·····	66
第四节	经济学再认识·····	67
第六章 各国信息业发展状况		
第一节	美国、英国和荷兰·····	69
第二节	其他发达国家·····	69
第三节	社会主义国家·····	70
第四节	发展中国家·····	70
第五节	穆斯林石油国家·····	72
第六节	不发达国家·····	73

第二篇 信息库的建设

第七章 信息库的经济意义		
第一节	信息库的功能·····	74
第二节	信息库的目的·····	76
第三节	信息库是一种人类资本·····	77
第四节	信息库建设·····	78
第五节	信息库使用方法·····	80
第八章 信息生产经济学		

第一节	固定成本	82
第二节	可变成本	83
第三节	成本关系	89
第四节	成本因素趋势比较	90
第九章	信息处理经济学	
第一节	信息处理的历史	92
第二节	信息处理在信息中的应用	96
第三节	计算机系统的组成部分	100
第四节	计算机系统的使用方法	102
第五节	信息处理核算	102
第十章	美国的信息库	
第一节	商业性信息库	106
一、	信用信息库	107
二、	金融信息库	108
三、	计量经济学与经济学信息库	109
四、	商品推销信息库	111
五、	法律、税收与新闻信息库	112
六、	建筑与不动产信息库	114
七、	工程信息库	115
八、	其他资料信息库	116
九、	目录信息库	116
第二节	非商业性信息库	118
一、	私营非商业性信息库	118
二、	联邦政府的信息库	121
第十一章	世界其他地区的信息服务网	
第一节	北美	124

第二节	西欧·····	125
第三节	东亚与大洋洲·····	129
第四节	其他地区·····	133

第三篇 推销信息库

第十二章 市场开拓

第一节	销售规模的确定·····	135
一、	销售计划·····	135
二、	销售资金量·····	135
三、	连续性服务·····	136
四、	非连续性服务·····	138
第二节	销售方式的确定·····	138
一、	直接销售·····	139
二、	批发邮售·····	139
三、	一般邮售·····	139
四、	电话销售·····	140
五、	广告推销·····	140
六、	公共关系推销·····	140
七、	展销会·····	140
八、	订货会·····	141
第三节	市场预测·····	141
一、	厂家调查与选择·····	141
二、	调查方法与选择·····	142
三、	部门调查与选择·····	143
四、	客户调查与选择·····	143

第十三章 客户、销售者、义务传播者的需要

第一节	客户服务与客户训练	145
一、	客户训练	145
二、	客户支持	145
三、	客户服务	146
四、	研究班	147
五、	声音美化和自然语言系统	148
第二节	信息销售商	149
一、	信息销售商存在的原因	149
二、	销售商分类	151
三、	传递媒介	152
四、	美国的联机信息销售商	153
五、	销售商发展趋势	157
第三节	信息零售商	155
一、	中小学图书馆	155
二、	公共图书馆	156
三、	专业图书馆	156
四、	大学图书馆	154

第四篇 信息传播系统

第十四章 各新旧系统对比

第一节	印刷系统	158
一、	设备更新	158
二、	印刷方式的选择	159
三、	邮政部门状况	159
四、	各种手段的利与弊	159
五、	印刷系统的前途	160

第 二 节	广播系统.....	160
一、	广播技术.....	160
二、	优、劣势.....	161
三、	广播系统的前途.....	161
第 三 节	影视系统.....	161
一、	影视技术.....	161
二、	发达国家中的潜力.....	161
三、	发展中国家的潜力.....	162
第 四 节	文字电视广播.....	162
一、	技术.....	162
二、	在发达国家与发展中国家的潜力.....	162
三、	文字电视广播的前途.....	163

第五篇 信息系统的评价

第十五章 信息价值的评价

第 一 节	财务报告分析.....	164
一、	损益表分析.....	165
二、	收入表分析.....	165
三、	收入表与损益表对照分析.....	166
四、	部门信息.....	166
五、	税收信息.....	167
六、	纽约时报与时代镜报的比较.....	167
第 二 节	信息商品定价.....	168
一、	垄断定价.....	168
二、	完全竞争定价.....	168
三、	寡头垄断定价.....	169

四、	支付方法.....	169
五、	依使用情况而定的周期性支付.....	169
六、	预付.....	170
七、	现付.....	170
八、	议价.....	171
第 三 节	实际价值.....	171
一、	经济价值与经济目标.....	171
二、	其他目标.....	173

第一篇 信息与经济

第一章 信息的作用

第一节 信息特征

在我们的生活中，信息的含义十分广泛，任何能够帮助我们改造世界、转变生活、丰富认识的新的经历或联系都是信息。在信息中有的可以通过眼睛看通过耳朵听，但有的信息我们既看不到也听不着。例如，忽然你嗅到一股刺鼻的气味或者看到浓浓烟火，你马上会觉得要发生什么危险。天空雷鸣电闪、乌云滚滚，说明暴风雨即将来临。气候转暖、冰溶花开意味着春回大地。华发丛生、鬓冉入秋意味着人到晚年。往沙发里一躺，高高跷起双脚那么你一定十分疲劳，想好好放松放松。腕上的手表能告诉你何时吃饭。广播电视则能帮助我们了解大千世界以及婚丧嫁娶、风土人情，也能帮助我们改善情绪丰富精神生活。各种报刊函电可以报道重大事件和社会活动。当然也包括一些我们最感兴趣的消息，比如大减价。

上面每个例子都是一种信息。这些信息对我们的生活至关重要，能给生活增添色彩。没有信息，一切将面目全非。应付环境适应环境需要信息，战胜环境和欣赏环境也需要信息。事实、经验、人群以及场所，都给我们带来信息。视觉、听觉、触觉、味觉和嗅觉也都能帮助我们在不同程度上获取信

息。我们如何了解世界、如何和人与事打交道，取决于我们的知识、技能和态度、取决于我们决策的正确与否，而后者又取决于对信息的获取和掌握。总之，我们的前途取决于我们如何学习和掌握信息。因此，信息是教育的核心，是个人发展的核心。它是回答为什么要教育、为什么要学校、为什么要书本甚至家庭作业的唯一答案。

第二节 信息范围

由于信息的存在方式，多种多样，我们常常忽略它的本质和价值。五光十色，千姿百态的信息，无时没有，无所不在，令人头晕目眩，无所适从。我们的感官能感觉到多少种形态，信息就具有多少种形态。它像茫茫宇宙那样古老悠久，又像蓬勃朝阳那样富有生气。它既可以像人间事物那样实实在在，伸手可及，又可以像艺术鉴赏家的偏好那样微妙难言、虚无飘渺。它五彩缤纷，甚至使花花绿绿的晚报也黯然失色。它像原子秘密那样令人望而生畏，又像锦锦情网那样令人留连忘返，难以摆脱。

人们的观察意识和学习能力不同，获取信息也不同。谁也不知道自己曾获得过多少信息，也记不清自己忘记过多少信息；至今有多少信息尚未被发现，还有多少信息有待于被感知，这都是极其深奥的谜。如果说信息的范围是无边的，那么，信息的变化就是无限的。

当你想去观看足球赛或汽车大赛，想去欣赏音乐会或去欧洲渡假，你就会需要某些信息。当你想了解某个议员的竞选前途，了解最新赛车的价格，了解录像机的最新型号，你又会需要另一些信息。

信息的搜集和传播，可以像滴水穿石、日积月累，也可以象万马奔腾、一泻千里；它可以在古生物或微生物实验室里，通过仔细研究来得到；也可以像观云测天那样一瞥即可、信手拣来。它可繁可简、可明可暗，可难可易、可普通可奇特、可枯燥可新鲜、可短暂可长久、可有情可冷漠、可催人泪下也可令人切齿；它即可以分文不取也可以价高费昂；它可能就在你眼前、鼻底、耳旁、伸手可及，但又令人难以捉摸虚无漂渺。这就是我们要研究的信息范围和特点。

第三节 教育信息

教育信息分为正规教育信息和非正规教育信息，与其他信息一样有自己的特色。同时，它还具有鲜明的系统性和社会性，如信仰、风俗、价值系统等方面信息便如此。

教育信息包括现存书籍中所有的人类研究成果。它是事实、历史、真理、科学、数学、文学、语言、宗教等领域知识的总和、以及为人类行为和思想提供规范的法律知识。

具有一整套教学程序是正规教育的特征，无论是幼儿教育、青少年教育或是成人教育，他们所要掌握的信息都是按照一定的结构原则，有系统分层次安排的。无论哪一门课，都要从少到多，由浅入深、循序渐进地进行。这是每一位教师应具备的常识。

循序渐进，是信息理论中的一个重要原则。它不仅对于教学安排有重要作用，也是作家、哲学家、历史学家和教师处理信息，共同使用的基本方法。既使在日常生活中也是如此。技术人员、一般消费者以及临时顾客处理信息也许不一定

需要完整的理论，但却不能不遵循循序渐进的原则。

学生懂得越少，就越应该循序渐进地向他们传授知识信息。专家可以在浩繁的资料中任意遨游，而初学者却必须按部就班，借助地图和路标修完他的每一步学业。

学生学习各种技能、做各种练习，通过各种测验考试，所接受的就是这种正规的教育信息。随着逐年升级学生的知识水平循序渐进地不断提高。

学生接受正规教育，必须修完教学大纲规定的全部课程，按照校方规定通过考试。一门课考试及格，即说明学生完成了这门课程的学习。合理分配学生在校期间的学习时间。相对固定学生的自习和上课时间就容易测算和安排每一门课程的学习时间。

文化、习俗、传统等因素制约着课程设置。根据不同教育任务与需要，教育可以分为文化实践教育与文化价值教育两个层次。无论是正规教育还是非正规教育都包括这两个层次。

当今社会正处在全面变革和剧烈动荡之中。教育标准和教育目的都在发生深刻变化。最近几十年，教育家开始注意到两个彼此区别又相互联系的新领域——认知领域与情感领域。这两个领域与文化现实教育和文化价值教育两个层次的内容大体相同。价值教育主要包括传统的艺术、宗教、个人与社会行为、习俗，以及其他所有在校外学习的内容。这些都属于非正规教育领域，都是通过个人体验、社会接触、习俗、信仰、家庭经历等各种形式进行的。

非正规教育是一个微妙的社会问题，与正规教育相比，其过程和结果都更带有个人性和客观性。这种教育的效果一时难以定论，往往经过一代人成长起来之后才能判其成败。