

第一章 信息的概念

“谁掌握了信息，谁就掌握了整个世界。”这是世界著名未来学家阿尔文·托夫勒的名言。如果用一种最具代表性的生产工具来指代某个历史时期的话，人类文明的进程大致经历了石器时代、青铜器时代，铁器时代、蒸汽时代、电气时代和原子时代。从20世纪70年代至今，人类逐步跨入了信息时代。阿尔文·托夫勒将人类发展史形象地称为“三次浪潮”，第一次浪潮即“农业文明”，第二次浪潮为“工业革命”，第三次浪潮则是“信息社会”。信息已成为当今社会最重要的生产资料，是比稀有金属更为宝贵的资源。随着生产力和生产关系的不断改进，信息在人类生活中发挥作用会越来越大，社会各个领域的进步都将与信息工作密不可分。

中国人很早便已开始使用“信息”这个词汇。南唐李中有“梦断美人沉信息，目穿长路倚楼台”的诗句，宋代陈亮则用“欲传春信息，不怕雪埋藏”来赞颂的梅花风骨。由此可见，在中国古人笔下，“信息”是指“音信”和“消息”。

当代各种权威的工具书和各领域的权威人士对“信息”的定义则各有侧重。

在《韦氏字典》中，“信息”被定义为：在观察或研究的过程中取得的数据、新闻和知识。《牛津字典》的解释是：谈论的事情、新闻以及知识。相对而言，《辞海》对“信息”的解释似乎更为全面：信息是音讯和消息，通信系统传输和处理的对象。泛指消息或是信号的具体内容和意义。

信息管理专家霍顿认为：信息是为了满足用户决策的需要而经过加工处理的数据。处理可以是自动化的或是手工的，有数据转为信息是由信息处理者完成的。简而言之，信息即数据处理的结果，或者说，信息是经过加工的数据。

美国数学家、控制论创始人维纳认为：信息是我们在适应外部世界，并使这种适应反作用于外部世界的过程中，同外部世界进行交换的内容的名称。

美国数学家申农认为：信息是用以消除随机不确定性的东西。

我国信息学专家钟义信先生认为：信息是事物存在方式或运动状态，以这种方式或状态直接或间接的表述。信息是事物运动的状态与方式，是物质的一种属性。信息不同于消息，消息只是信息的外壳，信息则是消息的内核。

语言学家陈原先生则认为：按物理学的观念，信息只不过是按一定方式排列起来的信号序列；但在社会交际活动中，这个定义还不够，信息还必须有一定的意义，或者说信息必须是“意义的载体”。

综上所述，信息的含义大致可以概括如下：

信息是指能够在大自然和人类社会中传播的一切内容。它不仅反映出客观世界中各种事物的运动状态，同时也反映出它们的变化规律，可以表现客观事物之间相互联系和相互作用，是人们在适应外部世界的过程中所产生的客观认识。这种认识又可以作用于外部世界。人类正是通过获取、辨别自然界和人类社会中不同的信息来区别不同的事物的，人类也只有掌握了信息，才能正确地认识世界和改造世界。

事实上，跟许多的抽象名词一样，“信息”也有广义和狭义之分。广义的“信息”是指日常生活中，人们的所见、所闻、所感。狭义的“信息”是指事物所发出的指令、消息、数据、符号等所承载的意义，它能综合反映客观世界中一切事物在运动过程中的表现和特征。也就是说，指令、消息、数据、符号等本身并不能称为信息，只有它们所反映出的本质内容才称得上信息。本书中所提

到的“信息”，通常是指狭义的信息。

从信息传播和应用的实践来看，信息有以下基本功能：

(1) 在智能开发领域，具有传播知识的功能。信息是知识之源，知识是系统化的信息。为了有效地进行生产和生活实践，人们需要获取大量先进的科学技术，作为认识世界和改造世界的动力。人类社会这种知识传播是永远止境的，而信息也是取之不尽，用之不竭的。

(2) 在经济领域，对生产要素起着增值作用。信息和知识的产生、传播和利用的规模日益扩大，对生产要素的增值作用不断创造出新的经济财富。信息作用于资本可以提高有效利用率，作用于技术可以提高劳动生产率，作用于经济管理可以适当控制和调节经济发展，等等。

(3) 在管理系统，是科学管理的前提。现代科学管理和领导者的任务，就是把一个机构拥有的人力、物力、财力等有效地组织起来，使这三大要素（或称“三股流”）科学地流动，达到管理系统的最优目标，而对这“三股流”起支配作用的“信息流”，可以适当调节流向、流速和流量，控制诸要素的有序活动，保证达到预定的系统管理的目标。

(4) 在领导机关，是运筹决策之本。各级领导机关行使规划、监督、控制、协调等管理职能都需要信息，信息是领导科学决策的基础。领导机关的信息工作，主要是了解情况、掌握动态、发现问题、综合分析，为领导提供科学决策的依据。各级办公室的管理活动，主要是收集信息、传输信息、处理信息、提供信息的过程。

第二章 信息的特性

(1) 客观性。包括两层含义,第一,信息既然是客观事物发展变化的反映,而事物的发展变化又是不以人的意志为转移的,所以信息必然具有客观性;第二,信息一旦生成,它本身也就成为客观存在的事物。相同信息可以借助不同的媒体来表现,如声音、文字、图像等,人们可以主观地选择信息表现的方式,但信息作为一种客观事物,它所承载的内容是不会因此而改变的。

(2) 动态性。客观事物是不断发展变化的,反映客观事物特征和状态的信息必然是运动的。按照事物新陈代谢的发展规律,信息总是源源不断地产生和流动着,处于不断变更、变换之中。人们必须不断获取反映事物发展变化的新动态、新规律的信息。

(3) 时效性。信息从发出、接收、加工到利用,其时间间隔会直接影响到使用效率。信息的利用价值会随着时间的推移发生变化,有些可能会完全失去利用价值。因此,人们必须及时收集、及时分析、及时传递、及时利用各种信息,尽量减少信息的滞留时间,这样才能实现信息价值的最大化。

(4) 目的性。人们发布和接受信息,都是为了达到某个具体目的,不可能无的放矢。

“开征燃油税”曾是一条被社会各界广泛关注的信息。作为信息的发布者,政府的目的是为了告知公众征收燃油税的意义及征收办法,具体来说就为了从油价中提取一定比例作为养路等费用。但作为不同的信息接受者,收集这

条信息的目的也是各不相同的：普通的私家车主可能是为了计算自己每月在购买汽油时会增加多少支出，是否需要改换一辆小排量的汽车，等等；一些用油企业的秘书人员，则是为了预测这一政策带给本企业的变化，如生产运营成本的增加幅度，利润的下降幅度，等等；石油企业的秘书人员则可能是为了预测短期内销售量的变化，而不是为了预测成本、利润的变化，因为燃油税会直接缴入国库，而不会计入石油企业的收入，油价在本质上并没有发生改变，但在开征之前，销量应该会有明显的增加。

(5) 传递性。信息只有借助一定的载体或媒介，经过传递，才能被人们所感知和接受。信息的传递要通过信源、信道和信宿三个要素来实现，信源即信息的发送者，信道指信息的传输通道，如声音、文字、影像、电波等，信宿则是信息的收信者。信源、信道、信宿构成了信息系统的有机整体。信息的这一特性可以缩短了信息接受者与信息传达者之间的距离。通过传输媒介，信息可以实现跨越空间和时间的传递，如“开征燃油税”这一信息，可以通过公文、报纸、广播、电视、网络等方式传递给不同接受者。

(6) 滞后性。信息总是出现于事实之后的，人们不可能在事实产生之前，获取到实质性的信息，最多只能获取预测性的信息。例如，所有的信息接受者都只能在“开征燃油税”的信息发布之后，才能真正了解税率等实质性内容。但根据2007年6月3日国务院颁布的《节能减排综合性工作方案》等政策性文件，可以推断出中国将逐步制定和完善鼓励节能减排的税收政策，在适当的时间出台燃油税。

(7) 共享性。信息可以被复制和传播，以便被广泛占有和利用。信息是一种资源，信息传播得越广，利用的次数越多，信息的价值就越大。这是信息与物质和能量的主要区别。物质和能量被使用之后会消耗或转化，而信息则不会因为反复使用而减少或转化。例如，“开征燃油税”这一信息，就可以被私家车主、石油企业、汽车生产和销售企业、陆路运输企业、航运企业、航空企

业等不同的信息接受者所共享。而信息本身的内涵却不会因此而增减。

(8)可开发性。信息具有多层次性和多种潜在功能,从中可以开发出无尽的知识和财富。由于接受者阅历、地位和知识水平的不同,同一条信息会挖掘出不同的价值和效用。人们内储的知识越多,对信息的开发层次就越深,信息的潜在功能和作用发挥也就越充分。

对于有眼光、有实力投资者来说,“征开燃油税”是一条利好信息。因为,他们可以投资高速公路。汽车在不同等级的公路上行驶,其耗油量会有很大差异。公路等级越高,汽车的耗油量越小。高速公路是最高等级的公路,优势异常明显,油价越高,它对车主的吸引力越大。开征燃油税后,养路费会折算进油价,使用高速公路将比其他次等级公路更为经济。如果一个投资者在这一信息发布之前,根据种种预测性信息,凭借敏锐的商业嗅觉,准确把握这一趋势,大胆投资,回报就会更高。

(9)可扩充性。

客观世界是无限度的,变化是永恒的,人们认识与改造客观世界是无止境的。信息作为人类科学劳动所创造的资源,也是可以无限扩充的。信息的无限性、“信息爆炸”的新形势,要求我们必须有很强的时代敏感性,积极拓宽信息开发领域,广泛获取各种有用信息。

(10)可浓缩性。文字材料可以归纳、综合、概括,使其更加精炼。信息同样可以浓缩、提炼、取精。为了提高信息质量,就要对信息进行“去粗取精,去伪存真”地加工处理,最大限度地增强清晰度和密集度,使信息既增量又增质,提供更多的新知识。

(11)可扩散性。信息具有很强的散播性和渗透性。信息的可扩散性与传递技术的发展有着密切关系。随着信息传播手段和技术的提高,信息的可扩散性就会表现得越来越明显,传播的速度和范围也会不断加快、加大。目前,随着计算机网络国际化,信息已在世界范围内广泛传播。

第三章 信息的分类

信息无处不在,信息的种类十分繁杂。

从宏观角度看,信息包括自然信息和人类信息。自然信息是指一切自然物所发出的信息,既包括来自生物界的信息,也包括来自无机界的信息,例如日月星辰的运行变化,花草树木的盛败荣枯,人类自身的生老病死,等等。自然信息通常表现为声、色、光、影等物理形式。人类对宇宙的探索,对生物、物理、化学等现象的研究,本质上都是在探寻各类自然信息之间的相互联系和各自的运作规律。人类信息是指人类在各种社会实践中散播和接受的信息。人类信息具有明显的目的性,人类散播和接受各类信息是为了表达特定的意义,以达到特定目的。

从微观角度看,信息则有以下几种不同的分类方式:

(1) 根据信息对人类社会的作用,可将其分为政务信息、科技信息、社会信息、经济信息、生活信息,等等。

政务信息主要指各级政府机关一切施政活动和管理工作方面的信息,包括各级政府机关的有关方针、政策、法规、指令、部署、规划、决策等信息。政务信息与一般信息是互相依存、互相作用的主从关系。一般信息可以转化为政务信息,但它必须处于行政管理部门最关心的系统目标之内或与目标关系密切,而且是经过人工处理对决策层有一定参考价值的信息。

科技信息包括科学技术的交流与开发、科研成果推广和应用以及各种科

技资料、科学文献和科技情报等。它可以促进人类社会的科学进步,也是衡量社会科技发展水平的一个标志。

社会信息主要指人口数量、就业情况、工资水平、医疗环境、社会福利、社会秩序等方面的信息。它反映了社会动态和社会发展水平,对领导决策和解决各类社会问题具有重要意义。

经济信息主要指人类各种经济活动所产生的信息,包括工业、农业、商业、交通、基建、财政等各类信息。它存在于人类一切经济活动之中,哪里有经济活动,哪里就有经济信息。快速、准确地传递经济信息,对促进国民经济发展,将会起到重大作用。

生活信息主要是指与人民群众物质生活和精神生活有关的信息,包括衣、食、住、行、读书、娱乐等方方面面。它对组织安排和改善人民群众生活密切相关。

(2) 根据发布者在组织中的不同职能,信息可以分为管理信息、人力资源信息、财务信息等。对企业而言,还包括质量信息、设备信息、技术信息、营销信息、供应商信息、客户信息、产品结构信息、原材料信息等。

(3) 按流动方向的不同,信息可以分为上行信息、平行信息和下行信息。上行信息是指下级组织向上级组织传递的信息,如车间主任向公司经理汇报生产情况等,它所反映的是组织的当前运作状态;下行信息是由上级组织传递给下级组织的信息,例如决策层制定的最新战略、给各管理层指令等;平行信息是指在同级组织间传递的信息,例如企业的生产部门与销售部门进行沟通联络的信息,就是平行信息。

(4) 根据信息产生和接受的不同阶段,可将其分为预测性信息、动态性信息、反馈信息和综合信息。预测性信息是指事物尚未发生运动或变化之前,根据种种征兆,判定事物的未来走向,做出的结论性信息。如股票操盘手,根据大盘的变化,对市场的未来走势所作出的判断。预测性信息还包括在事物的发展、筹划阶段所掌握的信息,如一家工厂在尚未投产之前,工厂老板对

市场需求的了解。总之,预测性信息就是一系列的规划、推论和预测,等等。

动态性信息是指事物在发展的过程中的信息,如工厂投产之后,产品质量是

否能达到市场要求,等等。反馈性信息是指信息传递之后,接受者所做出的反

映,如企业决策层制定某项规章制度之后,基层员工所反映的意见和建议等。

综合信息是指能够综合反映一个时期内一个单位或部门运作情况信息,主要包括那些带有普遍性、倾向性的信息。

(5) 按信息产生先后和加工程度可分为:一次信息、二次信息、三次信息。一次信息是指从信息源直接收集的信息,也就是未经加工的原始信息,如在企业经营活动中直接产生或获取的数据等。二次信息指对一个信息加工整理的结果,是对原始信息进行整合之后所形成的信息,它已经被赋予了新的形式和新的内容。三次信息则是对二次信息的再加工。二次信息和三次信息也称为综合信息,对领导而言,原始信息和综合信息都各自发挥着不可替代的作用,但综合信息往往比原始信息更有价值。

(6) 按信息的来源或传递范围,可将其分为外部信息和内部信息。内部信息是在组织内部的运作过程中所产生的各种信息,如企业的技术开发信息、物资采购供应、销售信息、生产信息、财务信息、人力资源信息、决策管理信息等。外部信息是指从组织以外产生并能影响组织运作的信息,如原材料的供应信息、市场需求信息、竞争对手信息、自然环境信息、金融环境信息、科技动向信息、社会文化信息、政策法规信息等。内部信息主要反映组织的自身状况,外部信息则主要反映组织的生存环境,二者都是组织运作所不可或缺的重要情报。

(7) 按信息所反映的事物状态,可将其分为常规性信息和偶然性信息。常规性息是指专题性的、具体的、定时的信息,偶然性信息是指偶然的、突发性、非常规的信息。

(8) 按信息的发布渠道,可将其分为正式渠道信息和非正式渠道信息。

正式渠道信息是指由正式组织发布的,并通过正式组织渠道按组织规范传播的信息。这类信息有较高的权威性和准确性,如各类媒体所发布的新闻、党政机关或企事业单位的会议公报和信件,以及权威人士的正式谈话,等等。非正式渠道信息也就是人们常说的“小道消息”,它从正式渠道以外获取的,所以,在使用时必须仔细鉴别和分析。

(9) 根据信息接受者在组织管理中的层次的不同,信息可以分为战略级信息、战术级信息和作业级信息。战略级信息是指供高层领导制定战略规划的信息,对于企业而言,外部环境信息,如市场总体趋向、竞争对手的重大战略调整等,可能对领导更有帮助。战术级信息是与组织的中层管理部门职能相关,供中层管理者参考的各类信息,例如提供给企业销售部经理参考的关于竞争对手的最新营销动向的信息。作业级信息是反映组织中各项具体业务活动执行情况的信息,如企业的产量信息、质量信息、库存信息、财务信息等,作业级信息多为内部信息,主要供基层管理人员使用。

(10) 按信息的稳定程度,可将其分为固定信息和流动信息。固定信息是指在一段时间内不会发生质变,因而可以重复使用的信息,如规章制度、定额标准、档案、合同等。固定信息是通过长期观察和分析各类不断变化的信息,在掌握了客观事物发展过程中的内在联系和必然趋势的情况下所形成。一般来说,在一个单位或部门的运转过程中,固定信息会占到总信息量的百分之三十左右,单位或部门的整体运作情况,在很大程度上取决于固定信息的利用。流动信息是指会随着单位或部门工作的推进而不断更新的信息,它反映的是客观事物的发展过程中每一时段的变化,反映了各项业务活动的现实状态和最新进程。流动性信息有较强的时间性,很多不具备重复使用的价值,但领导通过这类信息可以对组织活动进行有效控制和合理评估。

(11) 根据信息获取者参与程度的不同,信息可分为参与前的信息和参与后的信息。参与前的信息是指在信息获取者没有参与的情况下得到的信息。因

为没有获取者人为因素的介入,因而信息本身是客观的,不存在真假的问题,但价值将取决于使用者的知识水平和认知能力。参与后的信息是指信息获取者参与了与信息相关的活动,并从中取得的信息。由于有人为因素的介入,这类信息的真实性会打一定的折扣。

第四章 办公室信息工作概述

不论是在政府机关,还是企事业单位,办公室、党委办公室都是一个联系内外、沟通上下的综合性办事机构,犹如一个交通枢纽。如果办公室工作运转不畅,整个组织的工作效率必然大打折扣。

办公室工作既是为领导服务的,同时也为组织的各职能机构和基层服务的。秘书人员应按照领导的意图,在其授权范围内,从总体利益出发,精准把握政策法规,实事求是,客观公正地充分沟通和大力协调各种关系,当好领导的参谋和助手,为组织中的每一个成员营造和谐的工作环境,实现组织目标一致性和组织利益的最大化。

办公室的工作多是具体而微的,如接听电话、起草文件、安排会议、接待来访、陪同领导出席公务活动,等等,这些看似小事,其实往往关乎大局。此外,很多工作都是临时性的,经常会接到上级交办的紧急任务。因此,办公室工作可谓繁杂、琐碎,千头万绪。秘书人员则需要在这一团乱麻中,理清头绪,在没有规律中找出规律。

作为组织的中枢部门,办公室是各类信息集散地。办公室信息业务就是围绕信息进行一系列工作,包括信息的收集、整理、传递、利用和储存等。办公室业务的核心就是信息业务,没有一项办公室业务是可以游离于信息业务之外的。例如,组织会议、接待来访就是一个收集信息的过程,起草文件实质上就是在加工信息,办理公文交接是信息的传递,公文的立卷存档则是信息

的贮存。因此,办公室信息业务的主要内容可以概括为:全面、准确地把握各种信息渠道,及时、精准地了解领导的工作思路,确保组织内外信息沟通连续性、快捷性,建立起有效的信息处理制度。

秘书人员对一些重要信息的处理将直接影响组织的决策。所谓决策,就是用科学的方法对重大问题做出多种可行性研究,从中选择最佳解决方案。正确的决策往往是多次选择的结果,是一个不断筛选和完善的过程,也就是一个信息的收集、处理和利用的过程。领导只有借助信息进行判断才能做出正确的决策,也只有借助信息才能对决策的实施进行有效控制,最后还需要借助信息对决策执行效果进行总结,为新的决策提供依据。

作为直接为领导服务的机构,办公室秘书人员承担着为领导提供有用信息的任务。办公室信息工作是否得力,提供的信息是否及时、真实、全面、系统,将直接影响到领导对全局的把控,关系到组织整体的运作效率。例如,对一个企业来说,重要的经济信息、商业情报,很可能关系到这个企业生死存亡。如果不能及时掌握必要的信息,办公室工作将成为无源之水、无本之木。反之,掌握的信息越多,就越耳聪目明,办事越得心应手。

组织在实际的运作过程中,时刻都会面临新的问题。办公室秘书人员应及时掌握各职能部门运作情况、各级工作人员的心理动态以及各种外部信息,为领导提供合理的建议,帮助领导找到最佳应对方案。因此,秘书人员必须要有敏锐的信息捕捉能力和高超的信息利用能力,能够精准地找到问题的症结所在,及时拿出补救方案。

有用的信息,既可以推进决策,又可以开阔领导的思维。秘书人员不但要从多种渠道、多个侧面的获取信息,而且要努力获取超前性信息,这样才有助于领导观念的更新,提高决策的前瞻性。例如,一个企业的秘书人员,应当特别关注各种新技术、新资源和新的管理理念,然后根据实际需要,建议企业高层适时引入本单位,从而有效降低成本,加快技术革新,提高管理效率,增强

核心竞争力。

办公室是组织的各级部门和人员进行工作联系和沟通的重要纽带,例如,下级用书面方式向上级汇报工作时,通常会经过办公室进行文书传递;上级向下级发布命令时,也往往需要秘书人员进行传达。秘书人员通常会接触方方面面的人和事,需要协调各种关系。办公室秘书人员除了要加强与上级组织的沟通协调之外,还应加强与业务部门、基层以及社会各界的沟通协调,把信息业务贯穿到各项业务工作中去。这样才能有效提高组织的整体运作效率。

沟通协调离不开信息作支撑。只有掌握了足够的信息,才能应对自如,才不会临场怯阵。要想掌握足够的信息,平时就要根据自己的工作需要,多收集、多整理,不但要注意内部信息,也要注意外部信息,要努力成为一个合格的信息整合者。

办公室信息工作应打破各种陈腐旧套,对已过时的工作方式和工作程序要进行大胆改进。要努力使办公室一切业务都以信息业务为核心,实现科学化、系统化作业。不但秘书人员要参与信息工作,其他相关人员,如收发、文书、机要、档案等人员,也要广泛介入。这样才可以使整个组织的信息处理实现环环相扣,提高组织的运转效率。

第五章 秘书人员的素养

第1节 秘书人员应树立的意识

(1) 责任意识

要明确自己所在岗位在组织整体运作中的地位和自己应该发挥的作用,努力做好分内之事。责任意识的强弱可反映出秘书人员事业心的强弱。

领导通常会利用三种渠道收集信息:一是通过视察、调研、审阅文件、听取汇报等方式直接收集。二是通过办公室秘书人员间接收集。三是由下级单位和部门主动提供。领导直接收集的信息,针对性会更强,但信息量可能不太大,下级单位和部门所提供的信息只与其自身业务有关,而办公室收集的信息则比较系统和全面,能够综合反映组织现阶段的运行状态和生存环境,因此它比其他两条渠道更有价值,对决策影响力会更大。

因此,秘书人员应努力提高对信息工作重要性的认识。如果认识不到位,在工作必然会出现敷衍了事的现象。首先,办公室的负责人要高度重视信息工作。要制定好每一年度的信息工作计划,加强对相关秘书人员的考核,并进行必要的工作总结。只有形成正确的信息工作思路,掌握有效的信息工作方法,才能真正提高信息服务水平。其次,秘书人员要对自己的本职工作有明确的认识。不能妄自菲薄,将信息工作简单理解为“打杂”。事实上,信息工作是组织

整体战略工作的重要组成部分,是正确决策的前提。离开信息工作,决策就会陷入盲人瞎马的状态。

做好信息工作的关键是提高信息的质量。秘书人员应准确把握报送内容,广泛开拓信息渠道,充分发挥主观能动性,以实事求是、认真负责的态度,着力挖掘有价值的信息。

(2) 学习意识

做好信息工作,除了要有强烈的责任意识之外,还要有强烈的学习意识。如果只有责任意识,没有学习意识,就会陷入心有余而力不足的尴尬境地。

办公室秘书人员要努力增强学习的自觉性。首先,要积极参与本单位组织的信息业务学习。这类学习有明确的目的性,可以较快地积累理论知识。其次,要利用工作间歇,通过各种渠道,学习一些边缘知识,开拓自己的眼界。第三,要在工作中学。学习的目的是为了利用,工作的过程其实也是一个学习的过程。只有在工作实践中学到的知识,才是最有用的知识。

(3) 超前意识

客观事物的发展变化往往会呈现出种种预兆,因此,秘书人员必须树立积极的超前意识,及时捕捉那些带有预测性和先兆性的信息,使领导能够准确把握事物未来走向,做到未雨绸缪。要对各类内部和外部信息了然于胸,同时根据种种预兆,对事物的发展变化做出合理的初步判断,为领导提供决策依据。要有重点、有目的地挖掘各类深层次的信息,找到各类矛盾的交结点,以缩短决策的周期,减少决策的盲目性。

案例1:

某公司办公室秘书人员在收集行业信息时注意到:在某次国际石油化工大会上,针对石油产业未来发展方向与环保问题的讨论非常热烈。很多与会的权威人士都认为,中国的石油行业应该努力实现绿色可持续发展。

他根据目前本企业高投入,高消耗,高排放的现状,判定这种“先污染、后

治理”的粗放式工业化老路如果再走下去必将付出沉重的代价，必须要实现全方位变革，走出一条质量效益好、技术含量高、资源消耗少的新型工业化路子。因此，他进一步收集国内外同行在企业文化建设、安全环保、质量标准、资源节约、技术创新，发展理念等方面的有用信息，经过综合分析，向领导提出了“绿色环保应从生产端开始着手”的书面建议，结合相关的分析结论和数据说明了开发和引进新技术、新工艺、新设备，加强过程控制和源头预防，形成清洁生产长效机制的重要性。

案例2:

某公司目前正积极开拓海外市场，最主要的宣传方式是广告。该公司的办公室秘书人员在收集相关信息时意识到：在某些国家，公关公司可能比广告更重要，自己所在的公司应该大胆尝试一下这种新的宣传方式。因此，他将自己的观点形成书面材料，向领导提出建议，内容大致如下：

随着媒体碎片化时代的来临，人们对电视频道、报刊、网站等媒体选择面越来越宽，观看广告的时间会越来越少，一些广告在很大程度上，不但无法给企业带来预期的收益，而且会增加企业的负担。

而公关公司则可以让企业以成百上千种方式与不同的人进行沟通，可以帮助企业跨越文化上和认知观念上的障碍，更适用于针对细分市场的传播，这是广告根本无法或是很难应对的。

例如，外国的媒体上经常对中国的石油企业作一些报道，但有些文章可能是消极的、负面的，而公关公司正可以帮助企业解决这类问题。再比如，中国的某公司想在国外的交易所上市，公关公司可以帮助它说服当地的投资者购买该企业的股票。某公司想收购一家外国的石油公司，这是一个非常敏感的商业行为。因为很敏感，所以是需要知道如何说服，让该国政府信服这次购买对于该国而言不是一个威胁。这就意味着中国企业需要找到该国议会里面的人，得到他们的支持，并通过他们把这样的信息传递给该国政府。