

WMS 100

世界市场全书

主编：胡海良 编开建 杨晓林

世界市场 信息传递的现代化

韩朝 刘士杰 编著

THE WORLD
MARKET
SERIES

中国大百科全书出版社

40.4
0

96
F740.4
120

世界市场信息 传递的现代化

韩 朝 刘士杰 编著

XAJ75/13



3 0106 4220 9

中国大百科全书出版社



C

322902

内 容 提 要

本书主要介绍了世界市场信息传递的基础知识,包括世界市场信息、数据通信等基本概念,世界市场信息、信息传递及数据通信的基础知识及其应用和发展情况。重点介绍了世界市场信息传递的现代化设备与技术,其中包括电话、移动通信、传真、电视、计算机及其网络、电子邮递、电子会议、电子数据交换 EDI、多媒体、信息高速公路及卫星、微波、光纤等新兴信息传递技术。最后还对一些国家在信息传递现代化方面的发展动向作了概述。

目 录

世界市场信息传递的现代化

一、世界市场信息概述	1
1. 市场信息	3
2. 世界市场信息的概念	5
3. 世界市场信息的结构	6
4. 世界市场对信息的要求	7
5. 世界市场信息的调研	8
二、信息传递的发展	10
1. 信息传递发展的三个阶段	11
2. 信息传递发展的四次革命	12
3. 信息技术发展的历史标志	13
4. 信息传递与社会进步	13
5. 世界公共信息传递系统简介	17
三、信息传递的基本知识	23
1. 信息传输的基本原理	23
2. 信息传递的目的及过程	27
3. 信息传递方式	27
4. 信息的输入与输出	29

四、数据通信与数据信息传递	32
1. 数据通信的基本概念	32
2. 数字通信系统的构成	37
3. 通信传输介质	40
4. 数字通信中的一场新革命	42
5. 现代通信的发展趋势	46
6. 发展中的中国电信	47
五、信息传递的现代化设备与技术	51
1. 通信网络中的交换系统	53
2. 有线电话	55
3. 移动通信系统	61
4. 传真通信与传真机	69
5. 电视机	73
6. 电子计算机	75
7. 计算机网络	81
8. 电子数据交换系统	103
9. 多媒体	105
10. 信息高速公路	108
11. 新兴信息传递技术	110
六、一些国家信息传递现代化的发展动向	117
1. 美国	118
2. 英国	121

一、世界市场信息概述

信息是表征事物的,由事物发生的消息、情报、指令、数据和信号等组成。在人类社会中,信息是以文字、语言、声音、图形、图像、颜色等形式表现的。在一个信息系统中,信息一般是指对数据进行解释和加工之后,能反映客观世界中各种事物特征和变化的数据组合,它不仅有助于人们对客观事物的认识和理解,也有助于人们在当前或未来的行动中作出决策。

信息的意义在于传递。事物都是在运动过程中显示出它的存在,静止状态只是人们为了更好地研究、理解而做的一种假设。信息也是如此,只有在它通过一定形式的传递过程中,才被人们所获得。这是一个很重要的要素。没有不经过传递而存在的信息,也不存在没有任何信息的传递。信息是重要的社会资源,是生命生存的要素,是认识和改造世界所不可缺少的,它在生产、流通、消费和各种社会生活中发挥着重要作用,成为当今的重要资源。

社会和经济的不同发展阶段,对通信的需求是不一

样的。从广义来讲,各种信息的传递均可称为通信,通信的任务就是传递各种信息。在自然经济的农业时代,经济活动的内容比较简单,活动的范围也很有限,因而对通信的需求也很小;到了工业社会,由于大生产和商业的发展,对通信的需求很迫切,这就促进了通信的发展。现在,世界进入了信息时代,信息已成为最重要的战略资源,传递信息的通信网已成为社会和经济发展的生命线。如今,这种遍及世界各地且昼夜 24 小时不间断工作的通信网,已成为人类有史以来所依赖的最庞大、最复杂的系统。

通信是经济的“神经系统”,它通过各种手段,传递多种信息,在社会化的大生产过程中协调人们的动作。有的经济学家认为,通信交流手段的变化,是社会发生阶段性转变的关键。实际上,通信技术的发展能促进经济的发展,而经济的发展又反过来对通信提出更高的要求,通信与经济的发展是相互促进和相辅相成的。

在经济领域的竞争日益激烈的今天,信息资源的及时传递至关重要,通信的重要性更加突出。如果没有及时准确的信息传递与处理,就会影响经济效益。在发达国家中,由于实现了通信系统的现代化,在 5~60 秒内就可以知道世界各地金融市场行情的变化,在 3~5 分钟内可查询或调回国内外 1 万个重点公司或企业当年或历年的生产经营情况的时间序列数据。

我们还注意到,有的国家自然资源非常贫乏,但由

于十分重视信息资源和通信技术,其经济仍很发达(如日本);也有不少国家,尽管自然资源非常丰富,但由于通信落后,因而无法利用其信息资源,结果其经济仍十分落后。当然我们并不是说,只要抓好了通信,一切问题就都解决了。我们只是强调指出,不重视通信,通信处于落后状态,国民经济是一定搞不上去的。

1. 市场信息

(1) 什么是市场信息

市场信息是反映市场上商品的生产、交换、流通、消费及其相互作用、联系的各种数据、资料的总称。它有如下几个要素:①反映市场各种活动的运动状态、特征。②能够被受信者接受、理解和利用。③反映市场活动的运动、变化、相互作用、相互联系。④经优化的序化信息,从而准确地揭示市场活动的规律,实现信息效益。

(2) 市场信息的特征

市场信息具有以下特征:

①双向流动性。在市场上,不仅政府、企业、消费者等信息源不断地向市场输入信息,而且,市场上的信宿(信息的接收者)接到信息后作出反应,将反应结果再传回信息源,形成反馈信息,对市场活动进行调节控制。

②多信源、多信宿、多信息通道、多层次的系统信息

综合性。社会再生产的生产、分配、交换、消费等环节是通过市场密切联系起来的。市场是多买方、多卖方、多渠道、多功能的开放市场,因此,市场信息就必然是多信源、多通道、多层次的。

此外,市场信息还具有时效性、活跃性、流动性等特征。在商品经济条件下,价值规律客观地发生作用,就必然产生市场竞争。市场情况瞬息万变,信息生成速度快、数量多,活动极为频繁,因此,时效性极强,且具有流动性、随机性和不规则性等特点。这种时效性就要求在市场信息的传递中,采用多种现代化的手段,快速、准确地传递市场信息。

(3) 市场信息的作用

商品经济发展的关键是市场,要发展和完善市场的作用就应当开发市场信息资源。市场的商品生产、交换、消费、分配都与市场信息密不可分。它不仅渗透于社会经济组织的一切部门和所有经济环节,而且贯穿于企业的全部经营开发活动中。市场信息的接受、转换与传输的循环过程贯穿在整个社会的再生产过程中。而且,市场信息也有效地作用于商品经济和社会进步,为人类社会的发展提供巨大的经济效益。市场信息的作用包括以下几个方面:

①沟通生产和消费之间的联系。生产、分配、交换和消费是一个有机的整体。要使生产和消费保持动态的平

衡,就必须以市场为先导,沟通产销之间、供求之间的联系,加速和促进整个社会再生产过程的良性循环。

②生产和经营决策的重要依据。企业的生产、经营决策要经过调查研究、掌握情况、分析综合、制定方案、优化方案、决策优化等过程,这些环节都必须以信息为基础。没有市场信息的保证,这些决策是难以产生的。

③提高企业经济效益的源泉。人们掌握了市场信息,就可以更好地去开发和利用物质资源,组织生产和流通,开发适销对路的产品,创造良好的经济效益和社会效益。企业掌握的信息量越大,决策就越准确,创造的价值越大。

④发展外向型经济、走向国际市场的前提。企业要发展,社会要进步,就要加强国际交流,充分利用国外先进的科学技术,充分利用国外剩余资本来加速国内的科技、经济发展。而发展外向型经济,参与国际市场竞争,首先必须掌握大量的国际市场信息,包括各国的政策、法令、社会制度、民族风情、宗教信仰、文化素质、市场环境、竞争对手的情况和市场结构等,这样才能保证自己的企业和公司在国际上具有较强的竞争力。

2. 世界市场信息的概念

世界市场信息是反映世界市场环境和商品供求情况的各种数据、资料 and 消息的统称。

世界市场是企业开展国际经营活动的起点和归宿,为满足世界市场需求,世界市场信息就成为企业开展世界经营活动、制定营销战略、作出营销决策、确定营销方针、编制营销计划的客观依据。

3. 世界市场信息的结构

世界市场信息可分为两级。一级世界市场信息是指散布在世界市场环境中的信息,可以从世界市场活动中直接和间接获取。企业接收到一级世界市场信息后,经记录、解释、处理,并与企业内部的有关信息一起存进企业市场信息分析系统,用于特定的世界市场调研,产生二级世界市场信息。二级世界市场信息是对市场的各种要素进行分析之后产生的信息,一般由专门的市场研究机构提供,当决策和市场营销人员获得二级世界市场信息后,就可以用作预测、规划、决策和营销策略的依据。通过这样一系列过程,从企业营销活动的环节又产生出一连串新的信息,这些新的信息再返回世界市场情况的输入、记录、解释、处理、存储、研究阶段,并作用于企业经营活动,重新返回世界市场的过程,称为世界市场信息过程。在这一过程中运行的信息的总和则称为世界市场信息流。

在发达国家,企业非常重视市场信息工作,例如,日本三井物产公司在国外设有信息分支机构 139 个,驻外

人员 3400 人,其通讯网络达 40 万公里,在 5 分钟内总公司就可以同国外任何一个分支机构取得联系,9 分钟内可以获得世界各地关于某一种商品的情况和市场动向。

4. 世界市场对信息的要求

成功地开展世界市场营销,必须由市场信息作保证,而这些市场信息又必须具有准确、及时、系统、适用、经济、明晰等基本要求。

准确。这是世界市场信息收集、整理、加工的第一要求。只有信息准确,才能保证对其有效利用。

及时。市场营销环境瞬息万变,市场信息也随之变迁,因此要求及时掌握市场变化的最新情况,了解市场动态的最新趋势。

系统。就是要求保持信息的全面性,从世界市场总体状况出发,或至少从一个企业的市场信息需求出发,将世界市场活动的有关方面的信息,按照系统的要求进行收集和整理,系统、有序地反映世界的变化。

实用。市场信息要求为企业营销活动、营销决策、营销策略等提供实际的帮助。

经济。市场信息的收集、处理、传递方式必须符合经济利益的要求,注意信息的价值和费用之间的关系,通过市场信息的使用,使企业在经济上获益。

明晰。要求经过加工整理后的世界市场信息简明、清晰、精练、扼要，尽量降低信息的松散度、模糊度和多余度。

5. 世界市场信息的调研

世界市场信息的内容很多，凡是直接和间接影响市场营销的因素都属于世界市场信息研究的范围和内容，归纳起来大致可分为两大类。

(1) 世界市场环境信息调研

这是企业对不可控的世界市场宏观环境进行的综合性调查研究。国际市场营销人员必须分析研究他们将打开的世界市场环境。目前，世界上共有 180 多个国家和地区，其中人口在 100 万以上的就有 125 个。一个企业必须也只能通过市场环境调研，掌握经济、政治、文化、地理、法律等有关信息，选择一部分市场条件较好的国家和地区作为自己的目标市场。

世界市场调查的主要内容有以下几个方面：

①政治环境。国家与国家之间的政治关系和各国内部的政治情况。

②法律环境。国际公法和该国政治的有关法令，如专利法、商标法、广告法、保险法、环境保护法等。

③经济环境。国民生产总值、人均国民收入、经济增

长速度、经济地理、消费结构、消费水平、物价水平、物价指数、能源和资源状况、交通运输条件等。

④社会文化环境。教育程度和文化水平、职业构成、民族分布、宗教信仰、风俗习惯、审美观等。

⑤金融环境。国际金融活动赖以进行的外部条件，如货币体系、金融机构、金融市场等。

⑥科技环境。包括科技发展水平的优势、劣势等。

(2)世界市场专题信息调研

专题调研属于世界市场微观信息调研，是企业开展世界市场营销活动时，为了达到一定的营销目标而在特定范围内选定的专题研究。世界市场专题调研的项目是根据企业的具体需要而决定的。其内容要求也不尽相同。但其范围不外乎市场要求调研，消费者行为调研和企业的产品、价格、分销、促销四大因素的调研。

二、信息传递的发展

信息技术指信息的获取、传递、存储、处理分析和信息标准化所采用的技术。具体地讲,信息的获取技术是把人的感官所不能感知的信息转化为人能感知的信息技术;信息传递技术是跨越空间把甲地的信息传到乙地的技术;信息存储技术是跨越时间把某一时刻的信息保留储存起来的技术;信息处理分析是信息进行分类、汇总、择取、归纳、演绎、综合比较、判别的技术;信息的标准化技术是使信息的获取、传递、存储、处理分析 4 个阶段有效衔接的技术。

人类文明基于信息的交流,没有信息的交流,人类的有效协作就不能实现。事实上,人类正是依据当时当地所能有效地进行信息交流的范围,逐步形成了家庭、氏族部落、村庄、城市乃至民族和国家的。直到今天,即使地球之外存在与人类类似的高级动物,由于他们与人类没有进行有效的信息交流,也就谈不上协作。信息的传递和存储技术的发展演变,反映了人类文明,社会进步的历程。

信息的起源是同生命的出现同时开始的。通过对信息的研究,有人将人类对信息的利用划分为个体信息阶段、社会信息阶段及现代信息阶段;也有人按信息的媒体与载体的发展所造成的社会变革,把它划分为语言,文字,印刷,电报、电话、电视以及现代通讯设备与电子计算机结合等4次信息革命。

1. 信息传递发展的三个阶段

个体信息阶段。人类最早的信息贮存形式是结绳记事和刻木记事;最原始的信息传递手段是烽火台。

社会信息阶段。随着人类在认识自然和改造自然的深入发展,随着社会从奴隶社会向封建社会的转变,信息的传递和利用也在不断发展。在商品的交换上,出现了招牌、幌子、店面装饰等形式的广告;利用信息为政治服务的有驿站传递公文。同时,信息传递、处理、贮存的形式与手段也不断发展,雕版印刷、活字印刷,使信息的传递、贮存进一步社会化,出现了社会信息。

现代信息阶段。世界信息资源的爆炸性增加、信息技术的巨大变革和信息产业的飞跃发展,使人类社会进入了信息时代。目前,信息传递手段出现了多样化、迅速化、全球化和信息资源综合化。当今世界的学科门类已超过2000多种;国际交易更加信息化,教育的普及使信息的传递和利用更加普及化、系统化、集中化。同时也促