

国家社会科学基金九五规划资助项目

市场信息资源与 市场信息行为

冷伏海 主编
张学福 副主编

SHICHANG XINXIZIYUAN YU
SHICHANGXINXI XINGWEI



北京图书馆出版社

国家社会科学基金九五规划资助项目

市场信息资源与市场信息行为

主 编：冷伏海

副主编：张学福

编 委：冷伏海 张学福 孟雪梅

高 洁 王宏义 刘春艳

北京图书馆出版社

图书在版编目(CIP)数据

市场信息资源与市场信息行为/冷伏海主编. - 北京:北京图书馆出版社, 2000.8

ISBN 7-5013-1145-5

I. 市... II. 冷... III. 信息资源-概况 IV. G203

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2000)第 61167 号

书名 市场信息资源与市场信息行为

著者 冷伏海 主编

出版发行 北京图书馆出版社(原书目文献出版社)
(100034 北京西城区文津街 7 号)

经销 新华书店

印刷 北京双桥威宁侯印刷厂

开本 850×1168 毫米 1/32

印张 8.875

字数 210(千字)

版次 2000 年 8 月第 1 版 2000 年 8 月第 1 次印刷

印数 1-2000

书号 ISBN 7-5013-1145-5/G·314

定价 12.80 元

创新与开拓：进行科学研究的灵魂

——写在《市场信息资源与市场信息行为》
出版的时候（代序）

辛希孟

自从邓小平同志发表“开发信息资源，服务四化建设”的题辞以来，随着改革开放的不断深化和社会主义市场经济体制的确立，以及计算机科学、网络通讯、数据库建设等高新信息技术的广泛应用，人们的市场、信息和信息价值观念日益强化，对于各种信息的需求日益复杂而紧迫。因此，关于信息、信息市场和市场信息资源及其开发利用的研究探讨工作，也随之逐步发展，并且正在形成热门研究领域。

就图书馆和情报工作而言，作为信息服务业的一部分，应充分发挥其“信息枢纽”^①，“精神文明建设基地”^②，“搜集信息，评价信息”^③，帮助人们充分利用人类已有各种知识及发明创造成果的社会功能，尽力满足各个学科、各个行业对于信息的需求，从而保证各自工作的有效性。

近些年来，不管是图书馆界，还是情报、信息界的同志，在做好本职实际业务工作和教学活动的同时，还从不同视角不同层面研究有关市场信息资源建设、共享和信息市场及市场信息行为等理论问题，共同寻求文献信息和信息咨询工作的发展规律，丰富和创新图书馆学、情报学理论。

① 江泽民为上海图书馆，上海科技情报研究所新馆题辞。（1996）

② 同上。

③ 比尔·盖茨在1997年美国专门图书馆学会年会上的讲话。

以冷伏海教授^①为主编，由北京图书馆出版社出版的《市场信息资源与市场信息行为》一书，就是基于上述时代背景，为拓展网络环境和知识经济迅速发展条件下信息服务业知识领域，加强信息资源建设，提高信息服务效益，在国家社会科学基金支持下所取得的一项理论联系实际的重要研究成果。

本书思路开阔，学术观点明确、新颖，内容充实，引用和参考文献翔实，是目前我国信息服务领域内一部具有诸多特点的专著。

正如本书书名所示，作者紧紧围绕“市场信息资源”与“市场信息行为”这样两个核心问题，较系统地论述了市场信息资源与信息产业的关系，市场信息资源流动模式及其特征，市场信息用户需求及其接受的特征，市场信息数据库系统及其网络等问题，最后，就市场信息的开发和利用问题，发表了建设性的看法和意见。

将市场信息作为书名的一部分，并以较多的篇幅论述市场信息行为的法律控制及其管理机制，这在国内图书情报界尚无先例。在这一章，作者在对国内外有关文献进行调查梳理的基础上，提出法律允许和禁止的各种信息行为，并就市场信息行为的基本规范及其法律约束机制所提出的意见和建议，颇具理论价值和现实意义，实开这一方面研究之先河。

正如任何一部学术或专业著作一样，特别是作为一项研究成果的结集，限于时间、研究经费和参考文献等原因，当其问世以后，总要暴露出一些问题或遗憾。就本书而言，诚如主编（项目主持人）所说：尽管作者们在主观愿望上想尽量多、尽量深刻地研究一些问题，但因为种种原因，仍然有些问题尚未涉及，即使涉及也未能阐述清楚。再者，由于多人参加研究，分头执笔撰

^① 本课题及另两项研究课题主持人，黑龙江大学信息管理系副系主任，1963年生，1998年晋升教授，现于中国科学院文献情报中心攻读博士学位。

文,因此,有些章节难免存在良莠不齐的地方。对于他们这种实事求是而又谦逊的科学态度,也确实应该提倡。

除这一研究成果,目前,主编者还在主持另一项国家社会科学基金支持研究课题和一项黑龙江省自然科学基金支持的有关中小企业信息管理和信息网络建设的课题。这些课题的研究,在某种意义和内容方面,可以看作是本项研究课题的继续与拓展。从已有研究成果和目前正在研究中的两项课题的研究目标和内容看,图书情报专业领域一个新的热点已初见端倪,有关这方面的研究正方兴未艾,并逐步形成特色。

《市场信息资源与市场信息行为》的出版,和主编者及其伙伴们正在努力进行中的2项研究课题的立项和进展说明,创新和开拓精神实为科学研究的灵魂。而要保持创新和开拓精神,就必须不断学习和强化自身的学术敏感性,培养锲而不舍、不断进取的科学情操。一个学科或一个专业,只有不断增强其吸收其他学科研究成果和“长入”其他学科、专业的交叉能力,才能不断丰富本学科本专业的内容,强化自我生存和发展的生命力,才能更加牢固地自立于各个科学技术之林。

我们衷心希望这个年轻的研究集体^①继续努力,争取更多更好的研究成果,为图书馆学、情报学和信息科学学科建设与发展作出更大的贡献。

2000年7月8日

^① 本课题1996年立项,1999年结题。开题时,课题组成员平均年龄为28岁,组长冷伏海35岁,副组长张学福(副教授)32岁。

前 言

市场信息资源和市场信息行为是“市场信息资源建设研究”课题确定的两个核心概念。一个是静态的，一个是动态的；一个是资源，一个是与资源相关的行为。后面各章节所涉及的问题都是围绕这两个概念的不同层面和角度展开讨论的。

在讨论相关问题之前，有必要对市场信息资源和市场信息行为及其相关概念作一交待，以便于建立一个讨论的基点。

谈到市场信息资源，不能不说到信息资源和市场信息这两个相关联的概念。对于信息资源有广义和狭义的理解。广义的理解，信息资源包括信息本身、信息技术及设备，从事信息活动的组织和人员。狭义的理解，信息资源指信息本身。在这里的信息资源的概念取狭义的理解。对市场信息的概念归纳起来不外乎有三种理解：一是市场信息是经济信息；二是市场信息是商业信息；三是市场信息是产生于市场并影响着市场活动的信息。这里取第三种理解。由上推之，对市场信息资源的概念也存在着两种理解。狭义的指，市场信息资源是市场信息本身，在市场活动中作为一种资源被投入其中并发生效益的信息。广义的指，市场信息资源是市场信息及其发挥效益的技术、设备、资金、人员、机构等要素的总和。根据上述的取向，这里的市场信息资源的概念是指建立在狭义信息资源的概念和第三种市场信息概念基础上的市场信息资源的概念。

谈到市场信息行为的概念，让我们首先介绍一下行为和信息的概念。一般来说，行为是人格化的，有其不可分离的主体，它既是由主体的内在本质决定的自觉活动，又是主体受外界刺激而作出的各种反应。同时，行为又是某种目的的实现过程，

目的是行为的核心，活动是行为的表现。信息行为的含义可以从行为主体、外界刺激、主体的目标和主体的活动等方面加以领会。信息行为的主体是与信息有关系的人，如信息的认知者、信息传递者和信息使用者；信息行为的外界刺激主要是信息和信息环境；信息行为主体目标是指主体获取、加工、传递和利用信息的最终意图。因此，从主体的活动角度看，信息行为就是各种信息活动的结合体。市场信息行为的主体是与市场信息有关的人，如市场信息的发生者、传递者、管理者和使用者的；市场信息行为的外界刺激主要是市场信息和市场信息环境；市场信息行为主体目标是市场主体获取、加工、传递和利用信息的最终意图。因此，从市场主体活动角度看，市场信息行为就是各种市场信息活动的结合体。

其次需要指出的是，虽然研究者尽力从市场信息资源和市场信息行为的不同层面和角度去研究“市场信息资源建设”的有关问题，但仍然有些问题没有涉及到。就是涉及到的也未必都能阐述清楚。而且还应当说明的是，这些问题立论的基础都是在国内有关材料的支撑下的，因而可能对有关问题阐述得不够全面和开阔。

最后应该说明的是，作为项目主持人，冷伏海应承担课题的设计和阐述各方面现存缺欠的责任，而各章所涉问题的成果完全归于为此作出深入探究的研究者和执笔者。各章节的分工是：第一章由孟雪梅执笔；第二章由高洁执笔；第三章、第四章第四节、第六章由冷伏海执笔；第四章第一、二、三节由王宏义执笔；第五章、第七章第一节由张学福执笔；第七章第二节由刘春艳执笔。最后由冷伏海统稿整理。

由于是第一次承担国家社会科学基金项目，而且课题组成员又都是三十几岁的年轻人，研究水平有限，缺点和不当之处在所难免，望学界前辈和同龄同仁不吝赐教。

冷伏海

1999年10月5日于中科院42楼

目 录

前言	(1)
第一章 市场信息资源与信息市场	(1)
第一节 市场信息、信息市场与社会经济发展	(1)
第二节 市场信息资源与信息市场的建设	(8)
第三节 市场信息资源与信息市场建设开发中存在的主要问题 ..	(13)
第四节 开发市场信息资源和加快培育信息市场的对策与建议 ..	(18)
第二章 市场信息资源建设与信息产业	(27)
第一节 市场信息资源与信息产业	(27)
第二节 市场信息提供的网络化	(36)
第三节 市场信息资源数据库化	(47)
第四节 市场信息咨询服务的社会化	(56)
第三章 市场信息资源流动模式及其特征	(64)
第一节 市场信息交流及其特征	(64)
第二节 市场信息的市场形态阶段传递模式及其特征	(69)
第三节 市场信息的经贸会议流动模式及其特征	(77)
第四节 市场信息的广告传递模式及其特征	(93)
第五节 市场信息的公关传递模式及其特征	(108)
第六节 市场信息的新闻传递模式及其特征	(123)
第四章 市场信息资源用户需求 and 接受的特征	(129)
第一节 企业的市场信息需求和接受的特征	(130)
第二节 证券投资者的市场信息需求和接受的特征	(137)
第三节 市场管理者的市场信息需求和接受的特征	(148)
第四节 消费者的市场信息需求和接受的特征	(152)
第五章 市场信息资源数据库系统及其网络	(163)
第一节 我国市场信息数据库系统建库模式	(163)
第二节 我国商标数据库信息资源建设	(172)

第三节	我国市场决策支持信息资源建设	(180)
第四节	商标数据库信息检索技术	(190)
第五节	CEInet 网络资源与利用	(200)
第六章	市场信息行为的法律规控及其机制	(219)
第一节	法律中允许和要求市场主体依法向市场传递真实市场信息的 规定和约束	(220)
第二节	法律中不允许和禁止的违法传递市场信息的行为	(225)
第三节	法律中不允许和禁止侵犯别人的商业秘密	(229)
第四节	违法市场信息行为的法律责任和法律制裁	(230)
第五节	关于市场信息行为及其法律约束机制的思考	(234)
第七章	市场信息资源的开发与利用	(240)
第一节	政府信息资源的开发与利用	(240)
第二节	现代企业营销必须开发利用市场信息	(248)
参考文献		(265)

第一章 市场信息资源与信息市场

现代商品经济活动是以市场信息交流为前提条件的。因为在商品经济活动中，市场信息是最活跃的因素，是世界市场经济的重要资源。它的生产、存贮、分配、交换对社会、经济、科技协调发展影响巨大。而反映信息交换中供求之间各种经济关系的信息市场，则是经济运行循环过程中的轴心，它连接汇集着信息生产、信息资源开发与信息用户、信息资源利用等重要生产力要素，成为信息产业发展的基础和动力源。成熟的信息市场是信息产业化的标志之一。因此，要加快信息产业的发展，就必须重视市场信息资源的开发和信息市场的建设。只有不断培育和完善适应社会主义市场经济发展需要的规范化的信息市场体系，才能使国家、地区和行业的经济、科技具有较强的活力和生机，才能在市场机制的作用下使各类资源合理配置；只有对市场信息资源进行合理组织和深度开发，才能使其转化巨大的物质力量，并使信息市场在社会主义市场经济体系中真正地发挥先导作用。由此可见，有效地开发和利用市场信息，加速培育和发展信息市场，已成为促进我国市场经济改革与发展的关键所在。

第一节 市场信息、信息市场与社会经济发展

一、市场信息与信息市场的概念及相互关系

市场信息是一种重要的经济信息。微观的市场信息是指有关

市场商品营销的各类信息，包括商品评价、渠道评价、促销评价、产品开发情况、消费者购买状况、企业形象状况等^[1]。宏观的市场信息则是指在一定时间和条件下，同商品交换以及与之相联系的生产与服务有关的各种消息、情报、数据、资料的总称^[2]。不难看出，微观与宏观的市场信息共同构成了经济信息的核心部分。

信息市场是社会主义市场经济体系中的有机组成部分，我国学术界对信息市场的概念界定不尽相同。乌家培教授认为：从市场的角度看，信息市场有两种含义，一是狭义的，指信息商品进行交换的场所；另一种是广义的，指信息商品交换关系的总和，也就是信息商品的买卖或流通。从信息的角度看，信息市场也有两种含义，一种是指信息服务作为商品的交换，另一种是还包括信息设备制造业产品作为商品的交换。在我国，信息市场常常指信息服务作为商品进行交换的买卖关系（包括中介服务）。在国外，常常是指信息设备制造业商品和信息服务业商品进行交换的买卖关系（包括中介服务）^[3]。

市场信息与信息市场联系紧密，不可分割，但区别是明显的。市场信息属于经济信息的范畴，一方面，它可以作为商品在信息市场上进行交换、流通和买卖，并成为信息市场交换对象的一部分；另一方面，市场信息还扮演着信息市场中主体与客体联系的重要角色。而信息市场属于市场体系范畴，它本身既是信息商品交换的场所，又是各类市场信息的发生源，反映了信息商品交换的经济活动和经济关系。信息市场依托于相关生产要素市场，如消费品和生产资料市场、金融市场、人才市场、房地产市场、技术市场等，同时，它也是社会主义市场体系中的重要组成部分。信息市场按不同标准可划分为多种类型，主要有：广告信息市场、科技信息市场、经济信息市场、涉外咨询信息市场等。

二、市场信息与信息市场在经济发展中的重要性

市场信息是经济活动在市场上的具体反映，其重要性是由市场本身的重要性决定的。首先，市场信息是实体性生产要素转化为现实生产力的起动机，它能对生产力系统有序运动进行组织，并对生产力运动过程进行有效控制。其次，市场信息是带动各类要素市场向前发展的动力，它在市场中不断被吸纳、发布、扩散，及时地反映了各生产要素的供求变化和价格水平，从而对资金、劳力等资源起到合理配置的基础作用。第三，市场信息是影响企业生产经营的关键因素。作为市场主体的企业，对各种信息的掌握程度和分析能力，直接关系到企业的兴亡与发展。无论是企业的生产决策、产供销安排、企业改造扩建投入，还是选择合资、进行管理、发展自己都离不开市场信息。可以说，良好的信息环境是企业成功地走向市场的前提。第四，市场信息是消费者消费需求的向导和参谋，它可以帮助消费者合理地消费，选购质高价低的称心商品，较好地满足生活需要，从而刺激消费需求的增长。第五，市场信息是政府进行宏观管理的重要依据。在社会主义市场经济体制下，政府的宏观管理是以微观经济运行为基础的，只有及时地获取可靠的市场信息，通过信息参数间接地作用于市场而引导企业，才有可能有效地监测和预测市场运行状况，并达到调控市场的目的。总之，市场信息是制约市场发育和经济发展的关键因素。

信息市场是社会主义市场体系中的重要组成部分，是信息经济运行的基础和信息经济活动的中心，它对市场经济体制的健全完善、我国市场经济运行机制的优化、促使国内经济与世界经济接轨、参与世界经济大循环，以及使产业结构和产品结构适应国际市场要求等方面均有重大作用。

美国信息经济学家波拉特曾指出：“信息市场既不是简单的

商品市场，也不是简单的服务市场，更不是一个独立的市场活动，而是在生产和传播信息的技术发展到被工厂和企业加以组织，并且在流通中建立了交换价格后才形成的专门市场。”^[4]由此可见，信息市场与其它市场相比，具有特殊性，其特殊性主要表现在，信息市场基于其它市场又高于其它市场，它既是满足消费需求的产品市场，又是满足生产需求的要素市场；既是独立有形的市场，又是寓于其它市场之中的无形市场。因此，信息市场的建立和完善不仅是发展社会主义市场经济体制的必要条件和前提，也是当前世界市场统一化和竞争国际化的迫切需要。特别是在信息商品化、产业化发展过程中，信息市场起到了至关重要的作用，因为只有通过培育和发展信息市场这个中间环节，才能带动信息的生产和消费。信息产业化和商品化的发展生产力的要求和条件，而信息市场能使信息产品成为信息商品，并根据需要组织生产、降低成本和提高质量，满足市场需求，并使提供信息的单位一变而成为信息企业，在市场中公平竞争求得发展，从而促进产业群体的壮大。目前，第三产业在我国国民经济宏观结构中所占比重较低，重点发展信息业、咨询业以及各类技术服务业等新兴的、重要的第三产业已成为当务之急，这就更需要一个成熟的、完善的信息市场。信息市场已成为中国经济发展链条中的重要环节。

三、市场信息与信息市场对经济改革和发展的推动作用

市场信息与信息市场互生互存，联系紧密，在二者互相作用的同时，也极大地推动了经济的改革与发展。

市场信息对信息市场的发展所起的积极作用主要表现在促进信息市场的媒介功能、价值转化功能、经济调节功能、传递扩散功能、信息净化功能、社会导向功能的发挥；完善信息市场的运行机制，建立有利于社会主义商品经济发展的供求机制、价格机

制、竞争机制；有利于信息市场的经营管理，使信息市场结构的主体信息用户、信息生产者、提供者、中介方、管理方充分发挥作用；便于国家对信息市场的宏观控制，依据市场信息来制定营销规划、出台相关的政策等。

信息市场对开发市场信息资源、促进经济发展所起的重要作用主要表现在：增加信息商品的有效供给，满足多样化的市场信息需求，促进市场信息资源发挥作用，引进市场竞争机制，提供观测信息产业的信息，促进资源优化配置，提高国民经济整体效益，拓宽政府辅助决策信息的来源渠道，提高决策的适时性、科学性，为政府通过信息引导手段调控和管理微观经济活动创造条件。

随着经济的发展，市场信息与信息市场对信息产业及整个经济运行和市场体系的发展所起的作用会愈来愈大，并对社会经济生活方式的进步产生深远的影响。因此可以说，市场信息资源开发利用程度和信息市场的发育程度是反映一个国家经济繁荣程度的主要标准。

加快培育和发展信息市场，可促进我国经济体制改革和发展的速度。

市场信息是影响国民经济运行的重要生产要素，是社会进行生产、交换、分配、消费的前提，具有重要的资源效应。而培育发展生产要素市场是发挥市场信息资源效应的重要条件。随着市场经济的发展，生产要素的市场化势在必行，这是建立社会主义市场经济体制的客观要求。信息市场在市场体系中的地位和功能独特，它的发育在一定程度上决定了市场体系发育的完善和层次。

由于国内统一市场的逐步形成和恢复，中国加入世界贸易组织已为期不远，企业与外部的经济活动范围日益扩大。企业的竞争实际上已成为掌握信息的竞争，而加快培育信息市场，就可以

提高企业在国内外市场的竞争力，并为国有企业的改革顺利进行创造良好外部条件。

信息服务业是提供信息产品的行业，它通过直接出售信息商品和信息服务创造价值，因此对国民经济增长起着重要作用，而加快信息市场的建设能够促进信息服务业的发展，并带动信息基础设施和信息装备工业等相关产业的大发展，从而提高招商引资能力，改善社会经济环境，为快捷全面地获取高质量信息提供了可能。

四、信息市场发育的关键要素、经济发展与信息环境

经济在信息市场的发育过程中起着催化剂的作用。只有经济繁荣、发展，才会使市场信息源源不断地产生，才会形成有利于信息产业发展的综合要素环境，也才会激发社会更多的信息需求，并带动信息中介服务的发展。我国经济的持续、高速发展，既为信息产业的发展提供了有利条件，又为信息市场的培育提供了良好的契机。尤为有利的是，我国信息市场的发育与信息产业发展的关键期均与社会主义市场经济框架的构筑期吻合，这是一个良好的机遇。经济的发展可加速各类市场的成熟，促进信息市场的发展与完善，使之成为国民经济信息化的主要展台，并在社会经济发展中充分发挥倍增器的作用。

信息市场的培育和发展深受外在环境的影响。除经济因素之外，信息政策、信息立法、信息基础设施建设也是影响信息市场发展的关键因素。信息政策在信息市场发展起着指导作用，它通过行政手段，调节各方利益冲突，协调多方关系，起着统一信息准则、规范信息行为、提高信息效率、缩小国内外信息差距、维护国家信息主权、扩大国际信息交流的重要作用。信息立法是信息市场健康发展的重要保证，信息法律的颁布，在一定程度上避免了信息市场在竞争中出现的无序和混乱现象，保证了信息市

场在优化资源配置、调节经济运行、指导科学决策中发挥重要的作用。现代化的信息基础设施是信息市场发展的前提条件。只有搞好信息通道的基础设施建设，才能使各种应用信息系统经公用信息通道互联互通，从而充分开发利用信息资源，增加信息市场的影响和吸引力，并达到实现资源共享的目的。

从我国目前情况看，信息市场发展的大环境十分有利，得到了党中央和各级人民政府的高度重视。党的十一届三中全会通过的《中共中央关于社会主义经济体制若干问题的决定》就明确指出：“当前培育市场体系的重点是发展金融市场、信息市场等。”要求实现“信息商品化、产业化”，“进一步发展”信息市场。接着，又提出了国民经济信息化的战略任务，并成立了国家经济信息化联席会议，协调和推进国民经济信息化工作。1998年新组建的信息产业部将推进国民经济和社会服务信息化作为重要职责，并提出了推进国民经济信息化的三大发展重点：企业信息化、金融电子化和电子商务。

在信息立法方面，国家已陆续出台了一系列的信息法规，如《统计法》、《商标法》、《专利法》、《著作权法》、《反不正当竞争法》、《技术合同法》、《科技进步法》等。

在信息基础设施建设上，以光缆为主体的大容量数字干线传输网的建设进展迅猛，国家投资巨大。目前，以“三金”工程为代表的信息基础设施建设工程已取得一定成效，其它金字系统工程正陆续提出和建设，各类信息网，如公用数字数据网、卫星通讯网、有线电视网、公众电话网、公用分组交换网和移动通信网等，正在构筑一条可提供高效服务的信息大通道和一个可靠的通信平台。同时，中国政府耗资几百亿元人民币建设了 20 多个大型应用信息系统，为信息市场的发展提供了有利条件。