

经济 信息 分析 方法

现代医药化工企业

Jing Ji Xin Xi Fen Xi Fang Fa

主编 张智松 李民胜

中国医药科技出版社

F407.7
225

现代医药、化工企业

经济信息分析方法

主 编 张智松 李民胜
副主编 邓吉娣 曹西马

中国医药科技出版社

登记证号: (京) 075 号

内 容 提 要

本书从企业的现实出发,详细地阐述了医药、化工企业经济信息分析方法与利用的知识,系统地介绍了医药、化工企业经济信息的来源,存在的机制、交流的形式、搜集与检索的途径、以及分析的各种方法,同时还介绍了经济信息在医药、化工新产品的开发、技术经济活动、技术引进、项目投资、市场营销及企业管理中的应用,本书内容新颖、全面、实用,既适合企业的科研、设计、咨询及信息部门的广大管理干部、科技人员、营销人员、信息人员作为搜集、分析与经济信息时使用,亦可作为高等院校财经、管理、工商、贸易、文献情报等专业学生的参考用书。

图书在版编目 (CIP) 数据

经济信息分析方法:现代医药化工企业/张智松,李民胜主编. —北京:中国医药科技出版社,2000. 5

ISBN 7-5067-2236-4

I. 经… II. ①张…②李… III. 药物-制造-化学工业-工业企业-经济信息-分析方法 IV. F407. 7

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2000) 第 05053 号

中国医药科技出版社 出版
(北京市海淀区文慧园北路甲 22 号)
(邮政编码 100088)
北京昌平精工印刷厂 印刷
全国各地新华书店 经销

*

开本 $787 \times 1092 \text{mm}^1/_{16}$ 印张 $26\frac{3}{4}$

字数 639 千字 印数 1—3000

2000 年 6 月第 1 版 2000 年 6 月第 1 次印刷

定价: 41.00 元

前 言

信息科学自 20 世纪 40 年代诞生以来,以其丰富的内涵,迅猛地从理论信息学阶段过渡到应用信息学时期。目前,它已成为我们这个社会活动的基本主题,并以信息资源管理理论为基础的信息产业成为现代经济发展的支柱产业。信息科学与其他学科相结合,产生了许多交叉性的新学科。其间最广泛而又最富有意义的要数经济信息学。因此,经济信息的讨论也就成为经济学界和信息界共同关心的热门话题。特别是在当今市场经济条件下,优胜劣汰的形势日趋严峻,使得现代企业格外看中信息,把信息当作企业的生命线,振兴企业的摇钱树。信息之所以有如此功效,问题就在于信息本身能够全面反映事物的本来面目,从而引导人们去正确地认识世界和分析问题,进而达到指导工作的功能。事实上,在人们的日常工作中,同样的信息被用户利用后,往往会出现不同的结果。究其原因,就是对信息的理解、分析、升华和正确使用的问题了。说到底,就是对信息能否正确分析的问题。目前,经济信息分析已经贯穿于各行各业,大到国计民生问题,小到企业的一般管理和人们日常生活等,人们无一不从经济角度去分析信息,以保证各项工作的顺利开展。为适应这一形势的需要,我们特邀部分高校和企业管理人员进行共同探讨,商定编写本书,愿能起到抛砖引玉之作用。

本书首先由张智松拟定纲目,后经集体多次反复地研究,逐步明确了本书的指导思想:为满足医药、化工企业单位的管理人员和财经院校的学生对信息科学知识与经济工作实践相结合的需要,以普及经济信息知识,使信息科学深入到经济工作实际,从而达到为中国经济建设服务的目的。参加本书撰写的作者有:张智松、李民胜、邓吉娣、曹西马、姜兴发、芮炳重、张文新、江凌、马淑芹。全书由张智松、李民胜负责整个书稿的通读、删节、修改、补充、审核定稿。

在本书的编写过程中,我们参考了大量的专著和期刊论文,同时还受到了许多专家、教授们的指点和支持,在此谨表示诚挚的谢意。

由于经济信息分析方法是一个涉及多方面、多层次的复杂系统,需要探讨的问题很多,本书就最基本的,尤其是企业管理方面的信息分析的一般原理和方法作了一定的讨论。由于本书编著者的水平有限,书中难免存在疏漏与错误,恳请专家、同仁和读者不吝赐教。

编 者

2000 年 1 月

147 08/02

目 录

第一篇 基 础 篇

第一章 导论	3
第一节 基本概念	3
第二节 企业的经济信息分析产生和发展	10
第三节 医药、化工企业经济信息分析的研究对象和主要任务	12
第四节 医药、化工企业经济信息分析的特点和作用	14
第五节 医药、化工企业经济信息分析的原则和程序	16
第二章 经济信息的流转与交换	19
第一节 经济信息系统	19
第二节 经济信息的循环流转	26
第三节 经济信息的交换与机制	30
第四节 医药、化工企业对经济信息的需求与消费	33
第三章 医药、化工企业经济信息管理	36
第一节 医药、化工企业经济信息管理的内容与特征	36
第二节 医药、化工企业经济信息管理的基本原理	40
第三节 医药、化工经济信息管理的职能	44
第四节 现代企业经济信息工作的管理	49
第四章 医药、化工企业经济信息服务与组织	55
第一节 医药、化工企业经济信息服务概述	55
第二节 企业需求的信息服务类型	57
第三节 企业经济信息服务组织	64
第四节 企业经济信息服务人员的素质要求	68
第五章 医药、化工企业经济信息分析课题的选择	71
第一节 课题来源及其类型	71
第二节 课题选择的原则	77
第三节 课题研究计划	79
第六章 医药、化工企业经济信息的搜集	81
第一节 医药、化工经济信息源的类型与特点	81
第二节 医药、化工的经济信息搜集	85
第三节 医药、化工的经济文献检索	90
第四节 医药、化工的经济信息实地调查	95
第七章 医药、化工的经济信息整序	97

第一节	信息整序的基本原理	97
第二节	医药、化工文献信息整序法	99
第三节	数据整理	104
第四节	图表显示	111
第八章	医药、化工企业经济信息的鉴别	117
第一节	经济信息的可靠性	117
第二节	经济信息的先进性	122
第三节	信息的经济价值	124
第四节	经济信息的适用性	126
第九章	医药、化工经济信息分析成果的表达	128
第一节	撰写医药、化工经济信息分析研究报告的意义	128
第二节	医药、化工经济信息分析研究报告的结构与撰写	129
第三节	医药、化工经济信息分析研究报告的类型	135
第十章	医药、化工经济信息分析的成果评价	139
第一节	医药、化工经济信息分析研究成果的特点	139
第二节	医药、化工经济信息分析研究成果的评价	140
第三节	医药、化工经济信息分析研究成果评价应注意的问题	150

第二篇 方 法 篇

第十一章	思维逻辑分析方法	155
第一节	比较	155
第二节	分析	163
第三节	综合	167
第四节	推理	170
第十二章	文献计量分析方法	174
第一节	文献计量分析方法概述	174
第二节	文献计量方法的原理及其应用	178
第十三章	专家调查分析法	189
第一节	个人专家调查分析法	189
第二节	专家会议调查分析法	190
第三节	德尔菲法	192
第十四章	回归分析法	207
第一节	一元回归分析法	207
第二节	多元回归分析法	213
第三节	线性模型的假设检验及最优化方程的建立	219
第四节	可化成回归曲线	225
第十五章	层次分析法	229
第一节	层次分析法的基本原理与特点	229

第二节	层次分析法的计算方法	234
第三节	层次分析法的应用举例	238
第十六章	时间序列分析法	244
第一节	移动平均法	244
第二节	指数平滑法	249
第三节	季节变化预测法	253
第十七章	投入产出法	264
第一节	投入产出法的概述	264
第二节	直接消耗系数和完全消耗系数	267
第三节	投入产出法的应用	273
第四节	企业投入产出法模型及预测	276

第三篇 应用篇

第十八章	经济信息分析在医药、化工新产品开发中的应用	287
第一节	医药、化工新产品的开发	287
第二节	经济信息对医药、化工新产品开发的作用	290
第三节	经济信息分析在医药、化工新产品开发各阶段的应用	291
第四节	医药、化工新产品的商标与包装	297
第十九章	经济信息分析在医药、化工技术经济活动中的应用	300
第一节	经济信息分析中的货币时间价值	300
第二节	技术经济信息分析及应用	307
第三节	可行性研究中的技术经济信息分析	312
第二十章	经济信息分析在医药、化工技术引进中的应用	314
第一节	医药、化工技术引进中的谈判合同与签约的经济信息分析	314
第二节	医药、化工技术在引进后的实施、吸收与创新的经济信息分析	318
第三节	医药、化工技术引进的评价与经济效益分析	321
第二十一章	经济信息分析在医药、化工项目投资中的应用	325
第一节	投资概述	325
第二节	医药、化工企业投资环境的信息分析及可行性研究	330
第三节	医药、化工项目投资的静态评价方法	333
第四节	医药、化工项目投资的动态评价方法	336
第五节	医药、化工项目投资费用的效益分析	342
第二十二章	经济信息分析在市场营销中的应用	348
第一节	市场营销及其市场营销观念	348
第二节	市场营销环境	350
第三节	市场经济信息与营销	354
第四节	市场商品信息与营销	357
第五节	市场营销策略	360

第二十三章 经济信息分析在国际医药贸易中的应用	364
第一节 国际贸易概述.....	364
第二节 国际贸易中的环境.....	367
第三节 国际医药市场信息调查研究.....	370
第四节 国际医药贸易中的信息整理与分析.....	374
第二十四章 经济信息分析在医药、化工企业财务管理中的应用	379
第一节 医药、化工企业财务管理概述.....	379
第二节 资金分析.....	385
第三节 产品成本分析.....	390
第四节 销售收入与利润分析.....	394
第二十五章 医药、化工企业管理信息系统	402
第一节 管理信息与信息系统.....	402
第二节 企业管理信息系统.....	405
第三节 企业管理信息系统的开发.....	413
第四节 企业管理信息系统的发展.....	416
参考文献	420

第一篇

基础篇

第一章 导论

随着科学技术的高速发展和生产力的进步，人类将迅速地由农业-工业时代向信息时代推进，物质经济向信息经济的转变。在信息社会化和信息化的加速进程中，由于诸多因素的限制，人们吸收和有效地利用信息的能力未能得到相应的提高，对汹涌而至的信息普遍感到难以应付，很多有用信息还未来得及开发利用就自生自灭了，这与社会信息化时代的要求是不相适应的。由于信息面广量大，存在的机制不一，加之很多信息在传输的过程中就遭到了不同程度的污染，致使传统利用信息的“拍脑袋”办法已经显得过时了。对这一现象，人们惊呼现在是“信息爆炸”和“信息匮乏”的时代。面对这一社会态势，现代医药、化工企业如何找准自己的定位就显得尤为重要。如果说，经济信息的提供是企业摇钱树的话，那么正确地分析、利用经济信息则是振兴企业的动力和源泉。因此，加强对企业的信息分析就成为企业在市场经济条件下一项十分紧迫任务。

第一节 基本概念

医药、化工企业经济信息分析方法是建立在经济信息学理论基础之上的。为了更确切地进行解释和揭示其内在因素，首先从元概念出发，搞清楚信息、知识、情报、文献、经济信息、经济环境，以及经济的信源、信道、信义、信容、信宿等基本含义。

一、信息、知识、情报、文献

1. 信息

信息一词并不神秘，是日常生活中的常见现象的总集。大到宇宙空间，小到微观世界，每时每刻都在不断地发出信息、传递信息。从字面上理解，“信”即信号，“息”即消息，通过信号带来的消息就是信息。深一步可以理解为事物存在的方式和运动的规律。不同的事物具有不同的存在方式和运动规律，从而构成了各种事物的不同特征，表现出各自不同的信息。

信息普遍存在于自然界、人类社会和人们的思维之中。从总体上看，信息可分为四类：如“山雨欲来风满楼”属自然信息；细胞染色体的脱氧核糖核酸（简称 DNA）含有遗传密码的为生物信息；电子计算机中的二进制代码、脉冲信息等为机器信息；语言与程序设计语言则属人类信息，所有这些信息，才构成了对客观事物特征的千变万化的反映。

（1）信息的定义 何谓信息？国内外学术界众说纷云。现将代表性的说法罗列如下：

“信息是对消息接受者来说预先不知道的报道。”（1979 年版《辞源》）

信息是“由送信者或其他方式（如信号）传送的书面或口头消息或其他传递的消息。”（1990 年版《语言大典》）。

信息是：①传递或获取的知识或情报；②由他人传递或本人调查、研究和受训中获得

的知识；③关于特别事件或形势的新闻消息；④准备传递和使用的事实或数字；⑤有目的地输入通讯系统或电子计算机里的信号。（1978年版《韦氏大辞典》）

信息是被告知之事，告知的消息或给予的知识。（1974年版《牛津现代英汉双辞词典》）

而中国学者郭平欣则认为：信息是事物存在的方式或运动状态，以及这种存在方式和运动状态直接或间接的表达。（1984年2月17日《光明日报》）

综上所述，信息就是在人们日常交流活动中所说的音讯、消息、指令、情报、数据、资料、事实、思想、符号、数字以及各种观察事物现象等所传递给接受者的一切内容。可想而知，信息是无所不在，无处不有，联系着所有物质的粘合剂。

（2）信息的属性 从信息的要素看，一是差异，二是传递。若没有差异，就不会出现五彩缤纷的大千世界。若没有传递，知识本身就不能被活化。只有通过传递，知识要素的价值才被体现出来，否则就无所谓信息。正如钟义信认为，若把信息同观察者联系起来，信息又有了新的规定，并形成不同层次，即信息分为语法信息、语义信息和语用信息。所谓语法信息回答是此运动状态如何？语义信息回答是该运动状态含义如何？而语用信息则回答的是此含义的运动状态对观察者的价值效用为何？这样层层分解不仅对情报、资料加工、整理有一定的指导意义，更重要的是揭示了信息内容的丰富性、多层次性、主客观的兼容性，是对信息概念本质的深化，说明物质世界的复杂性决定了物质之间相互作用的复杂性，从而导致了信息内容的多样性，所有这些都是由信息的本质属性决定的。

2. 知识

知识是人类社会实践的总结，是人们对客观世界的物质形态和运动规律的认识，是人的主观世界对客观世界的概括和真实反映，知识是人类对自然界、人类社会以及思维方式与运动规律的认识、判析、理解和掌握。随着反映的深入，人的认识也就逐步深化。从现象到本质，从感性到理性，进而掌握事物的客观规律。所谓反映，就是人脑接收外界事物传来的现象，因而这种现象就成为人类认识客观事物的媒介。人脑的认识过程就是把接收到外界的这一现象进行观察、分析、判断形成了认识上的飞跃，即形成知识。实际上，知识就是对信息进行提炼和深化的结果。

知识具有两种存在形式：一是存在于人脑的记忆中，二是记录在一定的载体上的信息，知识是信息的一部分。

3. 情报

情报一词在中国古已有之。但概念如此宽泛，还是在信息论、控制论和系统论传到中国以后的事。对起初将“Information”译作情报的，现在清一色的译为信息。的确，“Information”是可以译为“情报”或“信息”，但就汉语而言，两者亦有诸多意思的涵盖和重叠。仔细分析，两者差异较大。信息含义前面已作阐述。而情报则不同，情报是知识的传递部分。虽然一切知识都是人类可以利用的，但作为个体人来讲，他所需要利用的知识，只是客观存在知识中的某一特定部分，情报就是把客观知识中的特定部分传递到需要这一部分知识的使用者手中。因此，国内外学者有关情报的定义较多。具有代表性的说法大约有以下几种：

“情报是一种信息。”

“情报是传播中的知识。”

“情报是被了解的信息。”

“情报是人与人之间传播着一切符号系列化的知识。”

“情报是使人原有知识结构发生变化的那一小部分知识。”

“情报就是有用的数据或被人认为有用的数据。”

“情报——作为存贮、传递和持续的对象的知识。”

“情报是意志、决策、部署、规划、行动所需要的知识和智慧。”

“情报是激活了、活化了的知识。”

可知，情报是知识的一部分。它具有三种属性：一是知识性；二是传递性；三是效用性。其中，传递是情报的基本属性，也是区别知识与情报的重要标志。如大量的书刊中包含着丰富的知识，但未被读者利用之前，这些只是客观存在的知识，而不是情报。一旦这些书刊被开发或读者利用，书刊中的知识就转化为情报。那么，情报与信息又存在何种关系呢？总的讲，信息概念的内涵比较宽泛，情报没有信息那样“深奥”。尽管情报类似于资料，但已留下若干加工过的痕迹。这就如同无线电接收机收到一连串的电码，它可能是一则经济信息，也可能是一条重要新闻。对于一个不懂电码的人来说，这些电码并不构成“情报”。只有具备电码翻译知识的人，才有可能转变为有用的“信息”。否则，信息所包含的情报不可能为人们所理解，依旧是信息，而不是情报。

为便于分析，特将情报的种类划分为下。

- ①根据情报加工的程度分为零次情报、二次情报和三次情报。
- ②根据情报内容分为科技情报、经济情报、军事情报、社科情报、企业情报等。
- ③根据情报的形式分为文字情报、声像情报、实物情报。
- ④根据情报的载体分为手抄情报、印刷情报、电讯情报等。
- ⑤根据情报产生的地点分为国内情报、国外情报、单位内部情报、单位外部情报。
- ⑥根据情报的流通范围分为公开情报、内部情报、保密情报等。

4. 文献

文献是指记录在一定载体上的知识，这些知识是用文字、图形、符号、声频、视频等方式记录下来的。经济文献则是记录有关经济学科理论与应用技术知识的资料，是人们从事生产、管理、经营的真实记录。

情报与文献是两个不同的概念，两者之间既有联系又有不同之处。相同点是：情报与文献均属知识范畴。其不同点在于：情报是活化了的知识，具有传递性，而文献则不然。经过传递的文献则为情报，没有经过传递的文献是客观存在的、死的知识。文献不仅包含情报本身，同时必须具备情报的载体。情报主要是靠文献这个载体形式的传递而形成的。所以，文献在现阶段仍是情报源的主体部分。情报按依附载体来讲有三种形式，一是贮存于人脑的记忆中，通过交谈、讨论的形式交流和传播；二是存在于实物之中。如样机、产品等，人们通过解剖分析而获得；三是存在于文献之中，它是靠人们阅读，激化而获取。

总之，文献是目前获取情报的主要来源，可以说，是人类进行科学交流、获取情报、传授知识的重要工具，衡量某一学科、某一组织、某一国家学术水平的重要标志。

那么，信息、知识、情报三者的关系如何呢？可以形象的用三者同心圆来给予说明，外圈为信息，中圈是知识，内圈则就是情报。知识和情报都属于信息这个大范畴，情报又属于知识范畴。可知，知识是由辨析信息而得到的，情报由知识传递而形成的。所以，情

报既具有信息的性质，同时亦具有知识的性质，正因为如此，才往往会造成在概念上的混乱。所以，将信息转化为情报，是要经过信息的接收、筛选、分析、比较、综合研究等一系列加工过程，也就是经过知识的形成阶段后才能成为情报的。

二、经济信息

所谓经济信息，就是指对经济运动或对经济运动有密切联系的其他运动的变化及其特征的客观描述和真实反映。它在逻辑上等同于政治信息、军事信息、科技信息、文化信息等。但无论在数量上，还是在作用程度上，在人们的生产斗争和科学实践中经济信息都是最基本最具有决定意义的。这是因为社会是以生产、交换、分配、消费为基轴运转的。人类的精神文明、文化教育、伦理修养等一切活动不但以经济为基础，而且最终服务于经济活动。其次，是因为经济信息与其他信息存在着一定的交互关系，在它们之间是完全的自由互换，不存在任何的壁垒。如政治信息，它历来是敏感的投资指示器。跨国投资、股票投资，以及物资贸易尤其如此。

1. 经济信息与其他信息的异同

经济信息是一种特定的信息，与其他信息相比存在着诸多的不同。具体表现如下。

首先，经济信息产生于经济运动或与经济有密切联系的过程中，产生于人类一种有意识的实践之中。因而，它是以信息发生源与吸收源能够共同理解的符号、图纸、文件、录音、录像等形态出现，并反映人类社会的经济活动。而一般信息，特别是自然信息，到目前为止，还有很大部分不被人所理解和吸收。

其次，经济信息的发送和接收都是一种自觉行动，是为一定目的服务的，具有鲜明的实用性。如半合成 β -内酰胺抗生素，是通过化学合成方法对青霉素和头孢菌素结构改造的一类抗生素。它能选择性地作用于细胞壁，对人体细胞几乎没有毒性，能治疗革兰阴性菌感染，抗菌活力强，过敏性、耐药性程度低，肠道吸收好，并且耐酸、耐酶，是很受欢迎的一类药物。国外20世纪70年代就开始生产，对此，中国立即着手研究、试制，很快就进入了批量生产阶段。

最后，从整个社会来说，经济运动是不会停止的。因此，经济信息也就会不断地产生。一旦在某一部分、某一环节上，经济运动停顿下来，那么经济信息也就随之消亡。而自然界的运动是永不停息的，但各种自然信息也总是不断地产生和发展。

2. 经济信息的属性

①经济信息既非物质又具有物质性 信息不是物质，因为它无法分解成分子、原子、核子、电子等。但任何信息又都不能离开载体而存在，与物质载体分离的信息是不存在的。所以，信息可以存取和利用，就是说它具有物质性。

②经济信息既是无限又是有限的 自然界的物质边界和层次是无限的，人对物质的认识是无止境的，人的创造力也是无限的，信息从整体上讲是无限的，因此具有无限性。然而，就某一具体信息来说又是有限的，因为任何信息都具有一定的周期性。

③经济信息既非能量却具能动性 信息不能给人类直接提供动力，因而它不是能量。但信息能够表征自然界、人类社会的运动现象，并且有控制、支配物质和能量运动的能力，更重要的是一旦被人们利用将会产生出巨大的经济效益，所以说它具有能动性。

④经济信息既有共享性也有非共享性 信息具有非一次消耗性，具有不受时空限制的

传递性。所以，在一定条件下，不同时间、不同地域都可以共享某一种信息。但在特定条件下，又不能共享。如竞争对手双方的经济信息是不能共享的。

⑤经济信息既有客观性又有可伪性 信息对客观世界各种物质系统相互关系的描述都是客观的。但就信息内容而言，又具有可伪性，所谓“透过现象看本质”就是这个道理。

⑥经济信息既有时效性又有非时效性 时效性是指信息只有及时满足需要，才能发挥作用，因而有受时间限制的一面；非时效性指的是历史上的信息对今天或今后同样有用，今天的信息对未来才产生作用的，不严格受时间限制的另一面。

⑦经济信息既有滞后性又有超前性 从信息表现来说，信息流总是落后于物质存在及其物流过程的。客观事物运动总是在前，认识总是在后。但就信息作为思维运动的反映来说，用以反映或指导未来事物发展方向、速度等则它又具有超前性。

⑧经济信息既有固定性又有转化性 任何信息都有质和量的规定性。但一定性质的信息，在一定条件下又可以转化为另一性质的信息，如政治信息可以转化成经济信息。

⑨经济信息既有固化性又有变换性 任何信息都是通过一定的物质载体形式才表现出来的，这种依附载体就是固化性。但任何一种固化信息又可以从一种载体转移到另一种载体上去，其载体形态是可以变换的。

⑩经济信息既有资源性又有危害性 信息、物质和能量构成了世界三大资源，是指信息具有资源性而言的。但信息在给人们提供知识和智慧的同时，又提供了一些虚假现象，这样会搅乱人的思维，使决策失误带来损失。

总之，经济信息的属性是我们进行经济信息分析的前提，对它的了解，将有助于我们更加准确地把握信息，运用信息，不至于被信息的一些假象所迷惑。从属性上看，经济信息是一种资源，与其他资源相比，它是一种软资源。原因在于它不便直接使用，只有在经过研究分析的基础上，才可被利用。但不管怎么说，它已成为当今世界发展经济较为重要的一种资源。

三、经济信息分析

众所周知，现正处于“信息爆炸”和“信息匮乏”的时代，信息的不确定性和模糊性是比较普遍的。这里有正确的，亦有谬误的，正确的信息将给人以智慧和知识，带来经济效益。而谬误的信息则干扰人们的思维，给发展生产带来一定的困难。一个经济课题往往要涉及到多方面、多层次的信息应用，倘若有一个方面出现误差，将会给课题带来周折。如某制药企业需要进行扩大生产项目，就会遇到一系列的问题。首先要问生产项目的技术是本单位解决，还是靠技术引进。技术引进又涉及到技术贸易、专利权，以及技术谈判等事宜。其次，就是考虑单位原有生产设备的兼容性，本厂职工的文化素质，技术水平能否适应等。再次，生产出来的产品是否适销对路，市场需求占有率估计是多少等。第四，项目上马以后对操作人员的危害程度，对环境是否有污染等。第五，是否与国家大政方针相违背，是否有利于国家的安定。所有这些都必须经过全面的综合分析，只有全面考虑，正确分析，才能获得满意的效果。

在当今信息激增的社会里，信息分析比以往任何时候都显得重要，人们的一切活动都越来越离不开情报。因此，现代企业进行正确的经济信息分析就显得更加重要。在信息社会化的时代里，靠过去那种“拍脑袋”进行决策已经行不通了。人们要想科学的决策和管

理企业,就必须从系统和未来的角度去分析大量的信息及其信息的相关因素。一切从实际出发,从中国的国情、国力、厂情和厂力出发,在学习和借鉴外国经验时,不能死搬硬套,以避免出现在经济建设上的较大波动。如二次世界大战后的日本经济基础非常薄弱,政府本着实事求是的做法,走了三大步使日本一跃成为世界经济强国。第一步为农业生产打下了坚实的基础;第二步是大力发展钢铁工业、石油化工,使农业生产全面实现了机械化、工业实现了机械化和自动化;第三步,日本政府认识到自身资源的不足,原料依赖进口,价格日益上涨,供应日感不足,继续发展下去势必阻碍经济的发展。为了解决这一矛盾,他们将原料工业向知识工业转换,主要发展仪器、仪表、电子工业和计算机工业。这三次转换就是根据日本的现实情况,正确分析、实施,使之获得满意的效果。所以,加强企业的经济信息分析,对我国的经济建设是不无益处的。

所谓企业经济信息分析,就是指从信息角度去研究经济问题,将所得的信息进行筛选、比较、分析、综合、演绎和预测性的研究,从而由此及彼,由表及里,去伪存真、去粗取精地获取适应需要的有用信息。

经济信息分析是一种花钱少,收效快的一项工作。对企业从事经济管理的工作人员来讲就显得尤为重要。因为在作任何决策时,没有信息不行,有了信息不分析也不行。没有信息,决策就没有依据,信息多了就会出现鱼龙混杂的现象,会造成决策失误。因此,不管做什么事情,都要分析前因后果、相关因素及利弊关系,以保证决策的准确性。经济信息分析正是从这一点出发来保证企业经济工作的科学性的。

四、经济信息环境

如前所述,任何一种信息都是依附在一定载体上才表现出来,既然如此,它就会在一定环境下产生和发展。经济信息要执行并完成减少经济过程这一根本职能和其他多种职能,首先就是帮助经济行为主体辨识经济系统所处的环境。这种辨识既依赖于经济信息的输入,又依赖于行为主体对各种输入信息的筛选、组合。辨识的结果将使行为主体形成不同层次的判定:最高层次,属于行为主体、经济系统与经济信息环境的交融、协调和统一;中级层次,即通过对经济信息环境的辨识,把握经济趋势、潮流和动向提供的机遇;最低层次,即掌握可供选择的系统变换与环境作用的行为描述和调节原则。

经济信息环境分自然环境和社会环境两类。对自然环境系统的考察,对象就不可能完全全的大自然。因为经济是与人类活动、人类行为密不可分的。人类社会经济行为的干预和调节总是试图满足自身的愿望和需要,资源循环就不再是宇宙的无自我意识的反复。自然信息环境的最高层次,主要涉及到资源、能源、生态环境和人类自身等这样一些全球问题和人类未来的发展问题。而自然信息环境的第二、三层次主要是加强自然侦破、自然语言利用、环境评价与资源工程、人类与自然对话等。其社会环境的研究是因为劳动、人、经济等概念从来都无法脱离社会而存在的。社会的所有制关系与法律、伦理道德、宣传、舆论、典范事例规章制度等形成了指示、协调、规范着社会经济行为。因此,经济社会环境辨识的最高层次,主要是对社会经济制度、所有制关系、社会经济调节与刺激结构和其他社会指示体系的把握,而它的第二、三层次则是对经济气候预报,一般经济行为与经济系统评价,对社会经济系统变换和社会经济环境变换关系的把握和利用。

强调对经济信息环境的研究,其目的在于使企业从事经济管理人员在进行决策时,要

充分考虑经济信息所处的环境，根据环境的可能性去进行决策，把握事态的发展。

五、信源、信道、信义、信容、信宿

1. 信源

信源就是信息的来源。根据信源把握信息，对决策来讲是十分有益的。如果信息来自环境，即外生信息输入，那就要搞清楚它的背景、意图、手段等。若来自竞争对手，对此就要加以分析，研究对策。如果是来自上级机关，那就要注意调整自己的定位，不存在研究的问题，而是考虑如何执行的问题。倘若信息来自于内部，则为内生信息。这种信息具有强大的感召力，因为它是来自内部，代表着本系统内一部分人的意愿，对此则要注意利用、疏导。

2. 信道

信道即信息传输的通道。把握信道，对全面了解信息真实内容是很重要的。信道可分为正式渠道和非正式渠道。

正式渠道的信息往往比较严肃、准确。许多重大的自上而下的、由下而上的纵向信息都是由正式渠道发出的。在这种信道中，信息单调、呆板，传输过程中没有任何加工，因而用于激励、调动下属的积极性便有一定的局限性。

非正式渠道传输的信息较之正式渠道有较大的灵活性，管理的技巧性。在现代管理中很重要的一点就是利用非正式渠道信息在调节经济生活、协调经济行为、敦促经济决策。尤其是激发或阻止某阶层、团体，一定范围的经济人员的经济行为起到了一定的作用。但是非正式渠道的信息失真率较高，如口头信息，在传输过程中既发生了损耗，又包含传播者的加工而造成信息不准或水分较大。

3. 信义

信义是指信息对经济决策行为的价值和启迪的能力。这里可分成高值信息、资料信息、常规决策信息和负值信息。

高值信息是指那些具有重大决策价值，富有极大的启发、激励、参谋作用，往往能导致个人或组织的目标、方向、宗旨、目的的重大变化的信息。这类信息事关重大，要求经济信息分析人员和从事经济管理人员平时就要注意收集和把握，并及时地传递给高层决策人员，以便及时地做出反映。

资料信息，是针对目前大量信息来自于文献记录而言的。这类信息包括经验、感受、知识等有意识或无意识的积累而形成的。对一个分析人员来说，个人知识面越宽，感受就愈多，经历愈丰富，联想也就愈多，多路变通思维的可能性就愈大。如果没有这一基础，单凭走捷径而获取的信息，想借以长期、稳定发展是绝不可能的。

常规决策信息，这类信息通常指最普通、最惯常的企业通知、报告、订单、报表、记录等等。这些内容本身不提供情报价值，因此又把它们归入低值信息。但是也不可小看，一旦将这些原始资料发掘出来，也会分析出很多内容，对组织的管理、决策也将起到一定的作用。因为这类信息是维系企业正常运转的前提，是组织正常活动、业务和日常决策不可缺少的信息原料。

负值信息，是指信道发生障碍或输出者人为制造或输入者错误的情报意识，引起决策者辨识错误，导致决策失误等信息。这类信息非但不能帮助人们去有效决策，相反地给决