

中国信息市场

ZHONG GUO
XIN XI
SHI CHANG

于清文 编著
姜富渠

总主编 · 范恒山



改革开放20年
的真实记录
市场准入者的
行动指南

中国市场大系

ZHONG GUO SHI CHANG
DA XI



湖北人民出版社

· 中国市场大系丛书 ·

中国信息市场

于清文 姜富渠 编 著



湖北人民出版社

鄂新登字 01 号
图书在版编目(CIP)数据

中国信息市场/于清文,姜富渠编著.
武汉:湖北人民出版社,1999
ISBN 7-216-02684-5

I. 中...

Ⅱ. ①于...②姜...

Ⅲ. 信息—市场—中国

IV. F723

中国版本图书馆 CIP 数据核字(1999)第 40366 号

· 中国市场大系丛书 ·

中国信息市场

于清文 姜富渠 编著

出版: 湖北人民出版社
发行:

地址:武汉市解放大道新育村 33 号
邮编:430022

印刷:今印集团有限责任公司

经销:湖北省新华书店

开本:850 毫米×1168 毫米 1/32

印张:16

字数:397 千字

插页:4

版次:1999 年 9 月第 1 版

印次:1999 年 9 月第 1 次印刷

印数:1—4.120

定价:24.00 元

书号:ISBN 7-216-02684-5/F·474

序 言

当今世界处于信息时代。信息已被视作现代社会的重要战略资源,信息市场和信息产业大发展,信息资源的开发和利用已经成为社会经济发展的重要推动力。在激烈的竞争中,信息资源已经成为人们争夺的重点,谁能更多更快地占有信息资源并能有效地开发和充分利用,谁就能取得国际竞争的优势,创造经济起飞的奇迹。

信息市场是信息商品交换关系的总和,既是一切信息商品买卖活动的总称,也是配置信息资源的手段。在信息商品买卖活动中,形成对信息商品的供给与需求,供给与需求的相互作用,通过流通实现信息商品的价值。信息市场既是信息商品市场,又是一种生产要素市场,它是统一市场体系的重要组成部分,在市场经济中具有核心地位和作用。繁荣和发展信息市场,不仅可以促进物质文明建设,而且可以促进精神文明建设,从而创造更多的社会财富,满足人们日益增长的物质文化生活需要。

中国信息市场是一个庞大的市场,也是世界上最有发展潜力的巨大市场。改革开放以来,中国信息市场迅猛发展,已经成为中国乃至世界发展最快的市场。随着中国社会主义市场经济体制的建立和逐步完善以及综合国力和人民收入水平的不断提高,中国不仅对信息商品和服务的需求欲望日益高涨,而且需求的实现水平也将大大提高,中国信息市场将成为世界上最具吸引力的市场。中国信息市场是全球信息市场的一个重要组成部分,在全球信息市场中占有极其重要的地位。中国的发展离不开世界,中国信息市场离不开全球信息市场;世界的发展离不开中国,全球信息市场也离不开中国的信息市场。未来的世纪将是信息市场、信息产业和信息经济大发展的世纪。展望未来,中国信息市场将与全球信息市场共同发展,不断扩大信息市场空间,为世界社会经济的发展 and 人类的进步作出巨大的贡献。

为推动中国信息市场的发展,让世界了解中国的信息市场,向读者奉献了《中国信息市场》一书^①。考虑到电子信息产品市场已有很多出版物,这里从略。本书在对中国信息市场进行大量调查和研究的基础上,全面论述了信息市场及其发展、信息市场的基本原理、中国信息市场发展及中国信息市场与全球信息市场等。全书共四篇十六章,包括信息市场、经济时代与信息市场、信息市场的发展历史、信息商品、信息商品的价值、信息市场的需求与供给、信息市场发展动力学、中国信息市场的发展历程、知识创造与发明市场、信息咨询服 务市场、信息通信市场、新闻出版市场、市场信息市场、全球信息市场大发展、走向全球信息市场的中国等。本书可供各级管理部门、研究机构、广大企事业单位以及境外的公司、企业、投资者等研究、开发中国信息市场参考。疏漏之处,敬请批评指正。

作 者

1999 年 3 月 31 日

^① 本书的研究得到国家自然科学基金的支持,批准号为:79770020。

目 录

导 论

1. 信息市场	3
1.1 什么是信息市场	3
1.2 信息市场的特性	5
1.3 信息市场的地位与作用	7
2. 经济时代与信息市场	11
2.1 经济时代	11
2.2 信息经济时代	14
2.3 市场信息化与信息市场	18
3. 历史发展	21
3.1 信息市场的起源	21
3.2 信息市场的发展历程	23
3.3 信息市场的崛起	36

信息市场的基本原理

4. 信息商品	55
4.1 信息	55
4.2 信息产品	58
4.3 信息商品的性质与特征	61
5. 信息商品的价值与价格	67
5.1 信息商品的价值	67
5.2 信息商品的使用价值	74
5.3 信息商品的价格	80
6. 信息市场的需求与供给	85
6.1 信息需求	85
6.2 信息消费	88
6.3 信息供给	92
6.4 信息分配与交换	104
7. 信息市场发展动力学	114
7.1 财富观的变革	114
7.2 生产力革命	127
7.3 战略资源的配置	140

中国信息市场发展

8. 中国信息市场的发展历程	153
----------------------	-----

8.1 历史回顾	153
8.2 发展特点	165
8.3 存在的问题	189
9. 知识创造与发明市场	196
9.1 知识创造与发明产业	196
9.2 知识创造与发明市场的发展	209
9.3 未来展望	223
10. 信息咨询服务业市场	246
10.1 信息咨询服务业产业	246
10.2 信息咨询服务业市场的发展	253
10.3 未来展望	273
11. 信息通信市场	287
11.1 信息通信产业	287
11.2 信息通信市场的发展	301
11.3 未来展望	318
12. 新闻出版市场	341
12.1 新闻出版产业	341
12.2 新闻出版市场的发展	357
12.3 未来展望	369
13. 市场信息市场	399
13.1 市场信息产业	399
13.2 市场信息市场的发展	408
13.3 未来展望	423

中国信息市场与全球信息市场

14. 经济全球化	441
14.1 全球信息网络	441
14.2 贸易全球化	447
14.3 生产全球化	450
14.4 跨国公司大发展	453
15. 全球信息市场大发展	457
15.1 迅猛发展的全球信息市场	457
15.2 竞争激烈的全球信息市场	467
15.3 管制强化的全球信息市场	479
16. 走向全球信息市场的中国	489
16.1 中国需要世界信息商品	489
16.2 世界需要中国信息商品	496
16.3 共同发展开创美好未来	502

身 论

- 信息市场
- 经济时代与信息市场
- 历史发展

1.

信息市场

信息市场是信息商品交换关系的总和,它既是商品(包括服务)市场,又是生产要素市场,在市场经济的发展中有着重要而特殊的作用。

1.1 什么是信息市场

信息市场是信息商品交换关系的总和,即一切信息商品买卖活动的总称。在信息商品买卖活动中,形成对信息商品的供给与需求,供给与需求的相互作用,通过流通实现信息商品的价值。由于信息商品包括信息和服务,所以信息市场也包括信息服务市场。信息市场有广义的信息市场和狭义的信息市场之分。广义的信息市场泛指信息商品的交换、流通、贸易等。狭义的信息市场则指信息商品交换的具体场所。

信息市场相对于物质市场而言,是一个新事物。人们对它的了解,相对于物质商品市场来说要少得多。信息市场往往被人们理解

为信息商品进行交换的具体场所,即人们进行信息商品买卖活动的地方。其实,这只是一种狭义的理解。实际上,信息作为商品,存在着多种表现形式,在一定的具体场所交换信息商品,只不过是其中的一种情况。

信息市场既是信息商品市场,又是一种生产要素市场,它是统一市场体系的重要组成部分。一方面,信息市场是一个独立的、有形的市场,它不同于其他的市场,而为其他市场服务;另一方面,它又是寓于其他市场之中的无形市场,并和其他市场结合在一起,成为其他市场的要素。任何市场都是信息系统和物流系统的统一,没有信息市场的繁荣和发展,也就没有其他市场的繁荣和发展。

信息市场和市场一样,是随着社会分工和交换的发展而出现的。正如马克思所指出的,生产劳动的分工,使它们各自的产品互相变成商品,互相成为等价物,使它们互相成为市场。信息生产劳动使信息产品变成商品,成为其他商品的等价物,形成了信息市场。信息市场的发育程度,不仅标志着商品经济的发展程度,而且也标志着信息经济时代的发达程度。

在农业经济时代,自然经济占统治地位,市场的空间范围十分狭窄,经济容量十分有限,市场分化十分原始,这是一种萌芽期的、不成熟的市场,是与不发达的商品经济相适应的。在工业经济时代,商品经济的发展,不仅把狭小的地方市场联结成为统一的国内市场,而且逐步形成超越国界的世界市场,商品经济中的市场无所不包,进入市场的商品数量、品种、范围与日俱增,呈几何级数增长,信息市场也蓬勃兴起。进入信息经济时代,信息产业成为国民经济的主导产业,全球市场体系逐步形成,信息市场大发展,并成为全球市场体系的核心。

1.2 信息市场的特性

信息市场上交换的信息商品,不同于物质商品,它既是最终产品,又是中间产品,既可以用于居民消费,又可以作为生产及其管理的投入。由于信息商品具有许多不同于物质商品的特殊性质,信息市场也具有不同于物质商品市场的许多特性。

(1) 全球争夺的焦点。

从资源配置的角度来看,信息市场是配置信息资源的市场。信息资源不同于其他资源,如果说物质资源向人类提供的是材料,能量资源向人类提供的是动力,那么信息资源向人类提供的则是宝贵的知识和智慧。虽然在人类社会经济活动的每一个环节中都需要有物质和能量的支持,但始终贯穿全过程、统帅全局和支配一切的却是信息资源。当今世界,信息资源的开发与利用已经成为社会经济发展的关键因素和重要推动力。谁能更多更快地占有信息资源并能有效地开发和充分利用,谁就能作出正确的决策,取得竞争的优势,创造经济起飞的奇迹。信息资源已经成为生产力、竞争力和社会经济发展成就的决定因素。因此,作为配置信息资源的信息市场,就成为全球关注和争夺的焦点。

(2) 信息市场的形态具有复杂性。

由于信息商品具有共享性,因此它很容易被没有支付费用的消费者无偿使用;由于信息商品具有易复制性,所以很容易被其它生产者或消费者复制,而侵犯信息商品生产者的权益;由于信息商品具有依附性,信息商品的交换往往与其载体结合进行,信息商品的生产又往往是单件的(例如信息服务的单一性)及其高附加值,往往导致定价不合理、交易行为紊乱;由于信息商品的价值复杂并难以确定,不法分子往往打着信息转让的幌子进行诈骗活动。信息商品不仅包括信息商品,而且包括信息服务,加之每一种商品和服

务都具有极强的个性,导致信息交换的范围极广、交易形式多种多样、交易关系复杂、信息市场管理与协调控制十分困难。

(3) 市场形态具有多样性。

信息市场形态的多样性,是由信息商品的多样性和信息的特殊性质决定的。信息商品不仅包括信息产品,而且包括信息服务,表现形式多种多样,载体种类多,具有多功能、多用途,加之供求具有极强的个性,导致信息交换范围广,经营形式多种多样,供求关系复杂,信息市场管理与协调控制十分困难。信息商品并不像物质产品那样在货架上陈列出售,交易的形式也不是简单的货物易手,而是信息传递,甚至在商品尚未生产出来就已确定交换关系,而当信息商品生产出来并易手之后,其交换关系并未结束,供给者要在信息商品的使用过程中继续提供服务,而需求者也常在不断利用该信息商品创造收益的同时向供给者支付费用。由于信息商品交易的特殊性,因此需要法律、行政和经济手段及契约形式等实现正常交换。

(4) 市场时空具有无限性。

信息市场不受时空的限制,信息商品可以跨越时间和空间在供需双方实现交易和转让。跨地区、跨国信息流,使得信息市场概念真正超越“场所”的狭隘范围,消除了空间上的地域制约和限制。

(5) 信息市场具有隐蔽性。

信息商品并不完全像物质商品那样陈列出售,交易形式不是简单的货物易手,而往往是信息传递,甚至在商品尚未生产出来就已经确定交换关系,而当信息商品生产出来并易手之后,其交易关系并未结束,生产者在信息商品的使用过程中继续提供服务,消费者也常在利用信息商品创造收益的同时不断向生产者提供费用,正是由于信息商品交换的这种特殊性,确保正常的交换秩序更需要严格的手段。

(6) 信息市场具有多功能性。

信息市场既是商品流通的渠道,又是信息的流通渠道,这种双重性使得信息市场具有媒介、存储和整序、检验与监督、扩散与传递等多种功能。

信息市场有不同的类型,从信息商品的内容和类型出发,可以划分各种不同的信息市场,如科技信息市场、经济信息市场、管理信息市场、市场信息市场、艺术信息市场等,每类信息市场都包含着许多性质不同、效用不同与功能不同的信息商品。从信息商品的载体类型来划分,有人载体、电光磁介质载体、实物整体、纸介质整体等。从信息商品的层次出发,可以把信息市场划分为一次信息商品市场、二次信息商品市场、三次信息商品市场等。一次信息商品市场主要经营人们在科研、生产和管理等活动中的成果;二次信息商品市场中最有代表性的是数据库市场;三次信息商品市场主要是向用户提供各种研究报告,如可行性论证报告、决策支持报告、市场调研报告等。从交易的性质和形式出发,信息市场可以划分为商品市场和服务市场、如转让科研成果、发布专题信息、出售资料等都属于信息商品市场;服务市场主要是提供信息咨询、技术咨询、技术培训、专利代理、信息检索等智力型服务。从信息商品的经营地点出发,信息市场可以分为常设性市场和临时性市场,常设性市场具有固定的时间和地点,常年服务;临时性市场没有固定的时间和地点,如信息发布会、成果交易会等。从市场的竞争程度出发,可以划分为完全竞争的信息市场、不完全竞争的信息市场,不完全竞争市场又可以分为垄断竞争信息市场、寡头竞争信息市场、完全垄断信息市场等。按照地理范围划分,可以分为地方信息市场、全国信息市场、世界信息市场等。

1.3 信息市场的地位与作用

信息市场是统一市场体系的重要组成部分。市场体系是各种

商品经济关系的综合反映,是各种市场相互关联、相互制约的共生关系中形成的有机整体。信息市场是市场体系的核心,在发挥市场经济体制功能中具有关键作用。信息市场的发展成为促进国民经济发展和社会全面进步的重要因素。

当今世界,信息已被视作现代社会的重要战略资源,信息资源的开发与利用已经成为社会经济发展的重要推动力。发展信息市场,充分开发和有效利用信息资源,已经成为推动国民经济和社会进步的重要因素。繁荣信息市场,不仅可以促进物质文明建设,而且可以促进精神文明建设,从而创造更多的社会财富,满足人们日益增长的物质文化生活需要。

信息市场在社会主义市场体系中占有特殊的重要地位,对国民经济和社会的发展具有极其重要的作用。

(1)信息市场是社会主义市场体系的重要组成部分。

社会主义统一市场体系是各种商品经济关系的具体体现和综合反映,是各种市场相互关联、相互制约的共生关系所形成的有机整体。信息市场,一方面是一个独立的、有形的市场,不同于其它市场,但为其他市场服务;另一方面,它又是寓于其他市场之中的无形市场,并和其他市场结合在一起,成为其他市场的重要组成部分。信息市场是市场体系的核心。任何市场或市场体系,按其商品形式划分有两大类,即物质商品市场和非物质商品市场(信息商品与服务市场)。如果把生产者与消费者之间商品交换过程中运输和传输物质商品的工作视作运输业的任务,那么,任何市场或整个市场体系,其实质都是为生产者和消费者的结合提供信息媒介的,也就是说,各种市场或市场体系都具体代表着有关商品供求的“信息交易场所”的信息市场的职能。这是因为没有信息任何市场无法运作,同时各种市场也都在操作信息。随着国民经济信息化的推进,各种物质商品市场都在向信息化加速转变,在交易形态上逐渐被电子信息系统所取代。有些市场,如期货市场、金融市场、股票市