

国内贸易部部编
中等专业学校教材

商 贸 信 息 管 理

林自煊 主编

111.2/67

中国商业出版社

(京)新登字 073 号

图书在版编目(CIP)数据

商贸信息管理/林自煊主编. —北京:中国商业出版社
,1996.5

ISBN 7-5044-3007-2

I. 商… II. 林… III. 商品-信息管理 IV. F760

中国版本图书馆 CIP 数据核字(96)第 04541 号

责任编辑:张森忠

特约编辑:林 木

责任校对:蓝云翔

中国商业出版社出版发行

(100053 北京广安门内报国寺1号)

新华书店总店北京发行所经销

北京北方印刷厂印刷

1996 年 5 月第 1 版 1996 年 5 月第 1 次印刷

787×1092 毫米 32 开 10 印张 223 千字

印数:1—7000 册 定价:10.50 元

* * * *

(如有印装质量问题可更换)

编 审 说 明

国内贸易部部编中等专业学校教材,是适应社会主义市场经济发展的新形势,按照建立社会主义现代企业制度和“建立大市场、搞活大流通、发展大贸易”的要求,结合我国财税、金融体制等改革情况,由国内贸易部教育司组织有关专家、教授和长期在教学第一线任教的教师编写的。经审定,可作为国内贸易部系统中等专业学校教材,也可作为各类中等成人学校、在职干部业务岗位培训教材和企业职工自学读物。

《商贸信息管理》一书由林自煊任主编。参加本书编写的有:上海市商业学校吴金良(第一、七章),河北省供销学校丁云清(第六章),浙江省温州商业学校李达聪(第二、四章),福建省粮食干部学校、福建省粮食学校林自煊(第三、五、八、九、十章)。全书由林自煊总纂。最后由福建师范大学邓国天副教授审阅。

本书在编写过程中得到了许多学校领导和教师大力支持,在此一并致谢。由于编写时间仓促,水平所限,缺点疏漏在所难免,请广大读者提出宝贵意见,以便进一步修订完善。

国内贸易部教育司

1996年5月

目 录

第一章 商贸信息概述	(1)
第一节 商贸信息的概念和特征.....	(1)
第二节 商贸信息的构成和类型.....	(9)
第三节 商贸信息的功能和作用	(18)
第二章 商贸信息的搜集	(25)
第一节 商贸信息搜集的意义和原则	(25)
第二节 商贸信息搜集的主要方法	(29)
第三节 商贸信息搜集的基本程序	(45)
第三章 商贸信息的加工	(53)
第一节 商贸信息加工的原则	(53)
第二节 商贸信息加工的程序	(55)
第三节 商贸信息加工的方法	(67)
第四章 商贸信息的贮存	(77)
第一节 商贸信息的贮存	(77)
第二节 商贸信息的编码	(85)
第三节 商贸信息的检索	(89)
第五章 商贸信息的传递	(97)
第一节 商贸信息传递概述	(97)
第二节 商贸信息传递的方式.....	(112)
第三节 商贸信息传递的效果.....	(118)
第六章 商贸信息的应用	(135)
第一节 商贸信息应用的意义.....	(135)
第二节 商贸信息的应用方向.....	(151)

第三节	商贸信息的反馈·····	(176)
第七章	商贸信息的管理·····	(187)
第一节	商贸信息管理的意义·····	(187)
第二节	商贸信息行为的管理·····	(193)
第三节	商贸信息市场的管理·····	(205)
第四节	商贸信息管理的系统化和科学化·····	(215)
第八章	商贸信息的网络·····	(223)
第一节	组建商贸信息网络的意义·····	(223)
第二节	商贸信息网络的结构·····	(229)
第三节	商贸信息网络的类型·····	(232)
第九章	商贸信息商品价格·····	(237)
第一节	商贸信息商品化的意义·····	(237)
第二节	商贸信息商品的基本特征·····	(243)
第三节	商贸信息商品的使用价值和价值·····	(247)
第四节	商贸信息商品价格的形成及其特征·····	(252)
第五节	商贸信息商品的价格构成和定价原则·····	(256)
第六节	商贸信息商品的定价策略·····	(260)
第七节	商贸信息商品的定价方法·····	(266)
第十章	发展商贸信息产业与商贸信息队伍的建设·····	(272)
第一节	发展商贸信息产业的必要性·····	(272)
第二节	商贸信息产业的特征及发展趋势·····	(277)
第三节	商贸信息队伍的建设·····	(290)

第一章 商贸信息概述

第一节 商贸信息的概念和特征

一、商贸信息的概念

(一)信息的概念

什么是信息,人们从不同的角度进行研究也从不同的侧面对信息下了多种定义。如:

《辞海》称:“信息是指客观存在的消息、情况、情报等”。

《新华辞典》记载:“信息是指音信、消息;信息论中指用符号传送的报道,报道的内容是接收符号者预先不知道的;事物的运动状态和关于事物运动状态的陈述”。

日常生活中,人们认为信息就是消息、音信。

从总体上讲,对信息的理解可以分为广义与狭义两大类。广义的理解认为,信息是事物存在和运动的千差万别的表现。宇宙间的事物都在不停顿地运动着,变化着;事物的状态和特征,也在相应地变化着;信息总是在不断地产生和传递着,哪里有事物在运动,哪里有变化差异,哪里就有各种各样的信息。狭义的理解认为,信息是从发生源发出,被接收者接收,经过加工、整理并理解,对完成某项任务具有使用价值的消息、情报和资料。

综合人类对信息的认识,一般认为所谓信息是指能反映客观事物存在、运动特征和变化的,对解决某项任务有用的,

可以被接收、被理解的新的消息、数据、情报和资料的统称。

(二) 商贸信息的概念

商贸信息是指能够反映商贸经济活动情况,对解决商贸经营管理任务有用,可以被接收,被理解的新的消息、数据、情报和资料的统称。

商贸信息是对商贸经营管理活动及其属性的一种客观描述。商贸企业包括商业、粮食、供销等不同部门,经营着工业品、农副产品、农业生产资料等商品,其中又分出各种不同的行业,它们各呈现出不同的形态,表现出各种不同的属性。商贸信息就是对商贸经济发展运动中表现出来的不同属性的描述,让人们通过这些描述来认识商贸经营管理活动的各自状态。

商贸信息是对商贸经营管理活动各种发展变化特征的真实反映。商贸经营管理活动的全过程,是通过买卖活动而发生的,商品价值形态的变化和商品所有权的转移的“商流”活动和随着商品所有权转移而发生的商品的实体运动,包括贮运、包装、装卸等“物流”活动所组成。商流和物流总是在自身活动和外来影响的交错中不停顿地运动着,变化着,呈现出各自的特征,表现出商贸经营管理活动的不同状态。只有通过商贸信息流反映出活动的每一变化特征,人们才能去认识掌握。

商贸信息与一般信息一样,它能够被接收,被理解,可以用各种不同方式和手段进行描述,能反映有用的商贸经营管理活动情况。

二、商贸信息的由来与发展

要了解商贸信息概念的由来与发展,必须先认识信息概念的由来与发展。

(一)信息概念的由来与发展

信息是人类社会赖以生存和发展的基本要素之一。自古以来,信息不但存在,而且在不同时期,信息的地位和作用各不相同。“信息”一词已经存在数千年,古代人类通过语言和符号、结绳记事、烽火狼烟来传递信息。远在三千多年前,我国殷商时期,在万里长城上每隔十里设一个烽火台,利用烟火传递异族入侵的消息。早在一千多年前,我国唐代诗人李中留写下了“梦断美人沉信息,目穿长路倚楼台”的诗句。这里,显然是把“信息”与“消息”视作同义词。而英文单词“Information”既表示消息,又有信息之意。近代和现代社会,信息的概念有了明显的扩展。例如:“信息就是知识”、“信息是通讯传输的内容”、“信息就是信号”、“信息就是数据”、“信息是某种可以收集、转移和处理的量化物”……。

综观历史,信息的由来与发展是与人们对信息的认识过程相联系的。迄今为止,信息的发展大体经历了三个阶段。

1. 简单信息交流阶段

尽管人类过去并未发现自然界中存在着信息,但却一直在无意识地利用着信息。在原始状态下,人类以感觉器官接受自然信息。

在长期的社会生产实践活动中,人类产生了语言,语言是信息交流的第一载体;信息交换促进了信息处理器官——大脑的发展;经过长期大量的信息处理和积累,人们学会了正确理解并运用自然规律,这又促进了生产的发展。

生产的发展引起了体力劳动和脑力劳动的分工,促进了文字的产生。文字是信息的第二载体,文字是人类超时间、超地域传递和交换信息的载体。文字的出现,使口头传递的信息得以固定下来,代代相传;文字促进了信息的大量积累,大

量积累的信息经过优化和系统化就形成了知识。纸张的发明使文字信息得以固定,印刷术的发明有利于将文字信息大量复制,广为传播,促进了信息交流。

2. 社会信息交流阶段

人类经过对电磁波的长期研究,发现电磁波可以运载信息,这样就出现了信息的第三载体。随着科学技术的进步,人类发明了电报、电话、广播、电视,不仅可以超越空间在瞬间同时收听语言和音响信息,而且还可以收看到图象和文字的信息。信息在社会广泛交流。

计算机的诞生使信息加工处理有了一种崭新的工具,代替了人类以前用大脑和手工的方式加工和处理信息的落后手段。正是在信息加工和处理的科学实践中,人们对信息有了从现象到本质的了解,同时认识到开发信息资源的必要性和重要性,认识到它对推动社会生产和社会进步的巨大作用,使人类社会迈进了信息社会。

3. 现代社会信息交流阶段

信息社会是指以信息为标志,以信息工业为支柱的社会。

信息社会的主要特征是生产活动和社会活动的通讯化、计算机化和自动控制化。“三化”构成强大而又灵活的信息网络,把广阔的地域都包括在内,形成信息社会的神经中枢。

现代社会信息交流阶段,计算机和电讯设备结合起来,卫星、电话、电视、传真、数据库、个人计算机终端等构成全球性通讯网络,从根本上消除了距离对信息通讯的限制。

(二) 商贸信息的由来与发展

商贸信息伴随着商品经济的产生而产生,伴随着它的发展而发展。商贸信息与信息发展三个阶段相联系,商贸信息的发展也呈现三个阶段。

1. 简单的商贸信息交流阶段

在简单的商品经济条件下,商品生产、商品交换的范围比较狭窄,商贸信息传递的范围也是很小的。生产者与消费者直接见面,商贸信息多是用语言直接传递。这一阶段属于简单的商贸信息交流阶段。

2. 商贸信息社会交流阶段

在发达的商品经济条件下,商品生产、商品交换的范围不断扩大,在商品交换中不仅有中间商介入,而且中间商在商品交换中起着主要作用,引导生产,指导消费,市场竞争十分激烈。

从商贸信息的内容看,不仅仅是供求信息而且竞争者状况、中间商的情况,以及与商贸活动有关的情况都是重要的商贸信息。一个商品生产经营者必须对这些商贸信息进行搜集和研究,并据以指导自己的经营活动。

从商贸信息的传递范围来看,大大突破了过去狭窄的生产者与消费者之间的传递范围,而是在更广阔的范围进行。

从商贸信息的传递手段来看,大大超过了只用语言作为商贸信息的工具的手段,文字、图形、广播、电讯等,都成了传递商贸信息的工具。

商贸信息发展到社会交流阶段,商贸信息的交流已成为社会活动,商贸信息的作用及其在商贸企业经营管理活动中的地位大大地加强。商贸企业离开了商贸信息,就不可能有效地组织经营管理活动。

3. 现代商贸信息交流阶段

在现代商品经济条件下,商贸活动的范围突破了地区界限、国家界限,商贸活动在全球内进行,跨国经营已经成为普遍现象。商贸活动已渗透到各个领域,市场竞争,尤其是国际

竞争日益激烈。在这种情况下,一方面,商贸信息的内容更加繁杂,商贸信息的来源、传递渠道更加复杂,这都为准确地掌握商贸信息带来困难;另一方面,商贸信息搜集、处理的现代化,特别是电子计算机的广泛应用又为商贸信息传递、处理提供了很大的方便。商贸信息的复杂性和商贸信息传递手段的现代化,构成了现代社会商贸信息交流阶段的基本特点,标志着现代商贸信息发展的新阶段。

三、商贸信息的特性

商贸信息的主要特性有以下十个方面:

(一)商贸信息的社会性

商贸信息的社会性主要表现在两个方面:

1. 从事商贸信息工作是一种普遍的社会现象。商贸信息的来源十分广泛,各个经济部门既是商贸信息的使用者,同时又是商贸信息的来源。它们不断从社会上取得商贸信息加以利用,同时又不断地向社会提供商贸信息。

商品经济越发展,人们对商贸信息的需求越强烈,从事商贸信息工作的机构和人员也必然越来越多。

2. 商贸信息联系着人们的一切活动。商贸信息广泛地联系着国民经济的各个领域,渗透到各行各业以及人类社会生活的各个方面,贯穿于社会再生产的全过程。无论是商品生产的经营管理,还是物质文化生活的分配和消费,都必须紧紧地依靠商贸信息。在现代商品经济条件下,离开了商贸信息,商品生产、交换、分配、消费等一系列活动都无法进行。

(二)商贸信息的客观性

商贸信息是商贸经济活动状态和变化的客观反映。由于商贸经济活动的发展变化是不依人们的意志为转移的客观存在,所以反映这种客观存在的商贸信息同样有客观性。商贸

信息不仅其实质内容具有客观性,而且一旦形成,其本身也具有客观实在性。

(三) 商贸信息的价值性

商贸信息的价值是指商贸信息对人的效用。商贸信息的价值是以商贸信息对人的有用程度来区分其大小的。如果有用程度高则商贸信息价值大,有用程度低则商贸信息价值小,两者成正比例。

商贸信息资源的开发利用会给商贸企业带来社会效益和经济效益。

(四) 商贸信息的时效性

商贸信息是有寿命的,有时效的,和世界上任何商品一样,它有一个生命周期。商贸信息使用价值与其所提供的时间成反比。商贸信息一经生成,其提供的时间越短,它的使用价值就越大;反之,其提供的时间越长,它的使用价值就越小,时间的延误,会使商贸信息的使用价值衰减甚至最后完全消失。

(五) 商贸信息的依附性

商贸信息是由商贸信息实体和载体构成的整体。商贸信息的实体是指其内容而言如商品需求情况、商品价格情况、商品供应情况等。商贸信息载体是指反映商贸信息实体的各种中介,如电磁波、声波、文字、语言等等。

商贸信息的依附性是指商贸信息依附于载体。商贸信息内容依附于载体构成完整的商贸信息,商贸信息的发出必须采用某一信号,通过一定传递的载体才能表现出来。例如,据1994年4月2日《新民晚报》载:“世界银行昨警告美国不要取消对华贸易最惠国待遇”。世界银行4月1日公布的一份研究报告警告说,美国政府以所谓人权问题为借口取消中国

的贸易最惠国待遇的任何行动,都将使两国遭受“灾难性”的后果。总部设在华盛顿的世界银行在这份报告中说,如果克林顿政府今年6月决定不再延长对中国的最惠国待遇,其后果必将是:美国消费者每年必须多花140亿美元,来购买别国生产的代用品或承担美国对中国产品征收的高额关税。基于以上原因,报告指出,全部或部分取消对华最惠国待遇的后果都将是“重大的”、“灾难性的”……中国已发展成为世界上大出口国,外贸额在其国内生产总值中所占的比例已从1978年的10%增长到1991年的31%。这则商贸信息如果不通过新闻媒介载体,很多人将不知道。

(六)商贸信息的相对独立性

商贸信息的相对独立性是指商贸信息的内容不因载体的形式不同而发生改变。例如,某种商品的价格信息,无论是用中文还是外文,是用广播还是电视来表达传播,其信息内容都不会改变。

商贸信息的相对独立性还表现在无论在什么时间、空间传播,其内容是不变的。

商贸信息对载体的相对独立性可以使我们根据需要选择传播和贮存载体。

(七)商贸信息的可传递性

传递是商贸信息的一个要素,是商贸信息发挥作用的前提。商贸信息的可传递性可以从两个方面加以理解,一是指商贸信息是可以通过一定的形式传递的;二是指商贸信息必须经过传递才能获得。

商贸信息工作之所以能够进行,正是利用商贸信息可以被人们传递的特性。

(八)商贸信息的可存贮性

商贸信息反映的内容是客观的,商贸信息生成后具有客观存在性。商贸信息的客观性决定了商贸信息具有可存贮性。有时加工处理后的商贸信息并非立即就用,有的当时用了,但以后还要参考,于是人们便把商贸信息进行存贮。商贸信息的存贮和积累,使人们能够对商贸信息进行系统的、全面的研究和分析,使商贸信息得以延续和继承。

(九)商贸信息的可加工性

商贸信息的加工,是指人们运用大脑和有关工具对其进行处理的过程。商贸信息只有通过加工才有价值。商贸信息的可加工性表现出人们对商贸信息的可认知性,人们根据需要选择地搜集商贸信息,通过筛选、审核、分类、编码等加工处理过程,保证商贸信息的完整性和真实性,为商贸信息的运用提供方便。

商贸信息的可加工性是保证商贸信息完整性、真实性的重要条件,便于人们对商贸信息的处理。

(十)商贸信息的可增殖性

商贸信息具有确定性的价值,但在不同的时间、地点对不同的人又有不同的意义,并且这种意义还可以引申、推导、繁衍出更多的意义,从而使商贸信息增殖。

第二节 商贸信息的构成和类型

一、商贸信息的构成要素

商贸信息是由发生源、载体、接收体三个基本要素构成的。

(一)商贸信息的发生源

商贸信息源是指生成和发送商贸信息的源。商贸信息源

可以分为商贸企业外部商贸信息源和商贸企业内部商贸信息源两个部分。

商贸企业外部商贸信息源主要有：国家要实行对商贸企业的宏观管理所制订的有关政策、法令、条例、制度、计划等；市场是商品交换关系的集中反映，市场供求状况的每一个变化都给商贸企业提供商贸信息；生产部门、流通部门、消费者、科技教育等的活动都是商贸信息的源泉。

商贸企业内部信息源主要来自各个管理职能科室、作业部门、或者专设的信息数据库，计划、统计、财会、业务、物价等管理科室，主要从事商贸信息的加工处理等工作，商贸情报信息部门，则是商贸信息管理的专门机构。

商贸信息源发出的信息，有的是人们最初以语言文字记录传出来的，这种商贸信息的原始发生源，称为第一商贸信息发生源；当人们把原始商贸信息源发出的商贸信息转发或经过各种形式加工再次发出时，就成为第二商贸信息发生源。这两种商贸信息发生源统称为发生源。在商贸信息工作中，接受的更多的是第二商贸信息源发出的信息。

（二）商贸信息载体

商贸信息载体是指用来记录、贮存和传递商贸信息有形或无形的物质。

商贸信息是由商贸信息实体与商贸信息载体构成的整体。商贸信息实体是其内容，商贸信息载体是其存贮传输手段。每一商贸信息都有特定的内容，这一特定内容必须借助于某种物质或能载体才能存在和传递。

商贸信息载体大体可以分为三种类型，它们分别标志着载体发展的不同阶段。

第一，语言。语言是传递商贸信息的最基本的载体。在

简单的商贸信息交流阶段,大量的商贸信息是以语言为载体传递的。这时语言既是商贸信息实体的载体,又是商贸信息传递的载体。

第二,文字、电磁波。用文字、电磁波作为商贸信息的主要载体反映了商贸信息已进入社会信息交流阶段。文字、电磁波作为商贸信息载体,既可以把商贸信息记录下来,贮存起来,待以后需要时再传递,还可以超时间、超地域地传递和交换商贸信息,大大地增强了商贸信息的贮存和传播效果。

第三,现代商贸信息载体。现代商贸信息技术是一种基于计算和通讯两个方面而发展的技术,现代商贸信息载体是随着现代商贸信息技术的发展而来的。以电子计算机和现代通讯设备为主要标志的现代商贸信息载体的应用,使商贸信息的加工整理能力大大增强,商贸信息的贮存能力大大提高,商贸信息的传递速度大大加快。

商贸信息的载体对商贸信息的作用表现在两个方面:一是表明商贸信息实体的存在。这些载体主要包括语言、文字、电波、电磁波等各种符号和信号。二是便于商贸信息实体的传播。这些载体主要包括纸张、胶片、磁带、磁盘以及其它实物形式的载体。人们一般把表明商贸信息实体存在的物质称为第一载体,把便于商贸信息实体传播的物质称为第二载体。

(三)商贸信息接收体

商贸信息的接收体是指商贸信息的接收者,商贸信息的接收体有直接接收体和间接接收体两种。商贸信息发出后,通过人们的听觉、视觉等感觉器官直接进行接收称为直接接收体。人们在直接接收商贸信息后,再通过各种方式进行转发,接收经转发的商贸信息的接收者称为间接接收体。

二、商贸信息的内容

商贸信息的内容十分丰富,一切政治、经济活动情况都会形成商贸信息的内容。

(一)商品供应信息

商品供应信息是指在一定时期内,投入国内外市场的商品品种、数量等信息。

商品供应信息是商贸信息的基本内容,其主要包括:商品供应机构、商品供应总量;商品供应构成;商品供应方式等四个方面。

1. 商品供应机构。商品供应机构的网点设置,供应能力及供应设备的现代化程度。

2. 商品供应总量。在一定时期内可向市场提供的商品总量。

3. 商品供应构成。商品供应构成是指各类商品供应的数量、品种、类别及其比例等。例如,市场商品供应量中,吃、穿、用商品的数量以及它们之间的比例;在吃的商品中,副食与主食之间的商品数量、品种比例等等。

4. 商品供应方式。商品供应方式是指商品供应是按零售还是批发,是按期货还是现货等等。商品供应的方式的内涵包括商品供应单位的服务方式、服务质量、服务设施、服务项目、服务水平等。

商品供应信息,是商贸信息的重要组成部分,是商贸企业经营决策的重要依据;同时也会为消费者指引购买方向,提供购买对象,满足消费者需要。

(二)商品需求信息

商品需求信息主要包括商品需求量、商品需求结构、商品需求趋势等内容。