



叶万春 万后芬 编

商品 信息 知识

农业出版社

农村经济经营管理丛书

商品信息知识

叶万春 万后芬 编

农业出版社

农村经济经营管理丛书

商品信息知识

叶万春 万后芬 编

* * *

责任编辑 贺宏善

农业出版社出版 (北京朝阳区枣营路)

新华书店北京发行所发行 农业出版社印刷厂印刷

787×1092毫米 32开本 5.75印张 117千字

1987年5月第1版 1987年5月北京第1次印刷

印数 1—3,000册

统一书号 4144·653 定价 0.91元

出版说明

党的十一届三中全会以来，广大农村实行多种形式的联产承包责任制，促进了农村经济管理体制的全面改革。各级经营管理干部、合作经济经营者、专业户等，为了进一步发展商品生产，加强科学管理，提高经济效益，迫切需要学习经营管理知识。为适应这种新形势，我们编辑出版这套《农村经营管理知识丛书》。内容力求深入浅出，通俗易懂，是较好的自学或培训用参考资料。

这套丛书包括：《经营管理理论入门》、《农村发展规划》、《农业生产责任制》、《农村土地管理与利用》、《农机管理》、《农村科技管理》、《怎样评价农业技术经济效益》、《农村经济合同》、《农村承包合同知识》、《商品信息知识》、《商情预测》、《农村企业经营决策》、《农产品加工管理》、《农户经营核算》、《乡镇企业经营管理》、《农村供销社经营管理》、《农村信用社经营管理》、《农村服务业经营管理》、《农村财政》、《农村经济统计》、《农业会计及分析》、《怎样搞农村经济调查》、《农业推广工作管理》等分册，将陆续出版。随着形势的发展和应广大读者要求，上述计划还将进一步充实调整。热诚希望读者对搞好这套丛书提出宝贵意见。

1986年元月20日

前 言

社会主义经济是有计划的商品经济。发展商品经济是社会经济发展的不可逾越的阶段，是实现我国经济社会现代化的必要条件。在现代科技迅猛发展的时代，社会主义商品生产和商品流通的发展必须以信息为前导和依据。为此，加强对商品信息知识的研究和普及是十分必要的。

商品经济的发展过程是一个商品运动过程。商品运动过程包括互相联系的三个方面：商品的价值形态的变化及其所有权的转移过程，这个过程通常简称为商流；商品的实体的转移过程，这个过程通常简称为物流；商品信息顺向流动和反馈的过程，这个过程通常简称为信息流。商流、物流和信息流构成了商品运动过程。

信息流渊源甚长。在人类发展史上它早于商流、物流，然而作为商品经济范畴的商品信息，则与商流、物流共处于商品经济发展过程的始终。商品信息与其依附的商品经济一样，是个历史范畴，这与一般的信息是不同的。

一般信息的起源是与生物的产生同时的。尽管人们认识信息远远落后于自然中信息的客观存在，不过人类却在遥远的原始时代就不自觉地接受和利用信息。商品信息是人类历史进入商品生产和商品流通时期产生并为人们所认识和利

用的。商品信息的出现大大地推动了社会分工和社会结构的变革，促进了社会经济的发展。

在当代社会，商品信息更是社会经济发展的不可忽视的重要因素之一。一条商品信息救活一个奄奄一息的企业；一条商品信息搬走积压如山的滞留物资或引来消费者急需的适销对路的商品；一条商品信息招来成千上万开发资源的建设者；一条商品信息能够帮助农民迅速勤劳致富。在开拓者眼里，商品信息是资源；在实业家心目中，商品信息是财富；在经济学家、政治家看来，商品信息是强国富民、安邦治本的重要条件。商品信息成了通天翼。

商品信息的流动不同于商流和物流，它具有双向流动性，即商品信息按照与商品运动及其经济管理程序的同向流动，起着导源的作用；同时，由于商品信息作用的结果，在商品运动及其经济管理过程中还会产生反馈信息，形成新的商品信息，以相反的方向，逆着商品运动而流动。

商品信息的运动在当代社会再也不是不可知的了。人们不仅可以感觉它，而且还可以利用各种手段收集、利用它。随着现代科学技术的发展，人们可以充分运用电脑技术准确、科学、及时地控制它。

当前，我国各个领域、各个行业尤其是广大农村，一方面沿袭着传统的人工收集、处理商品信息的方法，另一方面也致力于发展和普及电脑技术，以提高传递、优化商品信息的技术和水平。因此，本书注意到对信息发展概况及有关技术性手段的简介，以引起人们高度重视对现代化科学技术手段的开拓和应用。

商品信息既是由人类科学技术的发展所推动的，又是人类认识世界的动因，因此，本书除了着重引导人们认识商品信息本身的价值、特征并掌握获取商品信息的步骤、形式、方法等之外，除了着重从中国尤其是生机蓬勃的广袤农村的商品经济发展着眼之外，还要把笔触及世界各国关于商品信息的有关信息，以保持商品信息本身内在的完整性、连续性，通过对它的过去的回顾和对将来的展望，更好地认识商品信息的发展规律。

本书作为一种普及读本，在文字叙述上力求通俗易懂，在体例上采取拟用标题分节成篇的方法，以利于读者依据标题掌握各节的内容。全书由三个部分构成：①商品信息的基本概念和一般原理；②收集处理商品信息的一般方法；③商品信息管理系统。各部分、各节内容虽然相互联系但又相对独立成篇。

由于“商品信息”作为一门学科尚在探索、筹建之中，其科学体系的形成也需有一个过程，毫无疑问，随着运用商品信息的实践活动的发展，有关商品信息的理论必将日臻完善。

“开发信息资源，服务四化建设”，这是我们社会主义建设的行动指针。编写本书正是为了用自己的实际行动投身于当前的这场伟大变革之中去，如果这本书能在我国千军万马开发信息资源的洪流中起到一定的鼓动、促进作用，那就十分令人欣慰了。

在本书编写过程中，我们参阅了许多同志的科研成果并承蒙中南财经大学周肇先、彭新闻、应谷声、欧阳旭初等几

位教授、副教授的指导、关怀和帮助，在此谨致谢忱。

编者

1985年10月

目 录

前言

第一部分 商品信息的一般原理	1
一、信息并不神秘	1
二、什么是商品信息	5
三、商品信息的构成	8
四、商品信息的价值	11
五、商品信息的特征	16
六、商品信息是生产经营的向导	19
七、信息流与商流、物流	22
八、信源·信道·信宿	24
九、商品信息的流动时间	27
十、商品信息与农业结构的调整	30
十一、发展商品经济与信息观念	33
第二部分 商品信息的收集处理	36
十二、收集商品信息的组织机构	36
十三、收集商品信息的步骤	41
十四、收集商品信息的计划	42
十五、收集商品信息的形式	45
十六、收集商品信息的方法	49
十七、商品信息的筛选方法	55
十八、商品信息的直观分析	59

十九、商品信息的相关分析	69
二十、商品信息的趋势分析	77
二十一、商品信息的季节性分析	97
二十二、商品信息的鉴别方法	105
二十三、商品信息的输导场所——市场	108
二十四、商品信息的传递媒介——广告	112
二十五、信息传递的现代化工具——电脑	117
第三部分 商品信息管理系统	124
二十六、建立商品信息管理系统的原则	124
二十七、发展商品信息的措施	127
二十八、商品信息行业	133
二十九、商品信息网	136
三十、信息咨询服务	139
三十一、商品信息与经济管理	147
三十二、经济管理高效化与商品信息	150
三十三、商品信息反馈与决策	155
三十四、商品信息资料管理	157
三十五、商品信息管理的网络系统	1 2
三十六、社会发展的信息化趋势	164
三十七、商品信息科技的发展	168

第一部分 商品信息的一般原理

一、信息并不神秘

信息并不神秘。“信息”一词，古已有之，本义与“消息”相当。我国远古时代“结绳记事”、“举烽火为号”和“石刻象形文字”都是传递信息的方式，都表明了信息的客观存在并为人类不自觉地利用。信息是事物存在和运动的千差万别的表现，一切事物都包含着信息，都会发出信息。哪里有事物在运动，哪里有差异，哪里就有各种各样的信息。各种物质通过自身发出不同的信息，才使人们的五官产生光、色、形、声、香、甜、重、温、硬、糙等不同感觉，人们正是通过获得和识别自然界、社会的不同信息，来区别不同事物、认识与改造世界的。

然而，信息被赋予科学的定义并引起全世界普遍重视和自觉地利用，则是在本世纪四十年代以后的事。当信息被当作一门科学来研究时，人们便再也不会把信息视同一般消息了。

消息可能包含信息，但信息不等于一般消息。信息必须是对完成某项任务有用的、包含有知识性、智力性的消息。一般随意性消息不是信息。信息具有有用性，被人们利用后

• 1 •

即可创造价值。

信息具有知识性。大量积累的信息经过系统化和优化，就形成了知识。知识是同类信息的积累，是为了有助于实现特定的目的而抽象化、一般化的信息。由于知识是信息的积累，是人类生产活动和社会活动的结晶，是人类反复实践的结果，往往不是事物直接发出的信息。知识可形成系统信息，教育和训练就是传授系统信息的主要方式。

信息具有智力性。信息的获取可以提高人类的智能，但也不能把智能同信息划等号。智能是指运用信息和知识采取理智行动的能力。人类对信息的收集可以形成对客观事物的感性认识，然后依据感性知识对事物的大量信息进行处理即形成概念，再将概念进行综合、归纳、分析，即可对事物的本质和规律性形成理性认识，人类运用理性知识认识和改造世界的能力就是智能。智能是运用信息之果，信息是智能发展之因，两者不是一回事。

信息是能反映事物存在和运动差异的、对完成某项任务有用的、由物质载体所包含和发出的一切知识性、智力性内容的统称。

信息寓于物质之中，必须借助于具体事物传递。没有物质实体，信息无所依附。某种信息总是与某种相关的物质相联的，信息只能是物质的一种属性。但物质本身并非信息。上课的铃声，邮电局收发的电报、书信，报章杂志上的文章、消息，电台播放的新闻、乐曲、录像，五颜六色的图画，色香俱佳的水果，企业和机关的报表、资料，科学试验的数据，战场上的情报，农业丰收的喜讯，专业户的生产规

划，农村市场的销售状况等，都包含有信息，但资料、情报、图画等本身并不是信息，而资料、情报、图画等所透露出来的内容才是人们之间交流、传递的信息。信息是通过联系用以表示其特征的一种普遍形式，它一般能反映物质的形态、结构、状况和特征。

人类传出的信息以声音、语言、文字、图象、图表和动作等形式出现；随着科学技术的发展，当人类使用仪器、仪表和传感器探测信息的时候，各种代码、参数的形式便出现于世了。人们通常把语言作为信息的第一载体，文字作为第二载体，二十世纪以来，电磁波广泛应用后，便成为信息的第三载体。在人类社会和思维活动中，一切事物通过物质载体发出的信号、指令、情报、数据等进行知识性、智力性传递和交换，不同的内容就形成不同的信息。

就某种具体的信息而言是再明了不过的了。花生丰收就是花生丰收，彩电紧俏就是彩电紧俏，很好理解。但如果要把信息抽象化，给“信息”下个定义就显得不可理解。其神秘感就在于，信息的主体寄寓、包容在一切物质载体里面，作为内容的信息被作为信息的外壳的物质所掩藏了，剔除各种各样物质的外壳，将其从属的内容加以剖析，就不难发现信息是并不神秘的。

信息既具有物质的特性，又具有精神的特性，是精神与物质的复合体。离开物质，信息变成没有血肉的东西而失去使用价值；抽出精神就成了没有灵魂的空壳。信息既是物质客观的显示，也是人们意识主观的赋予，它是物质与意识的结合，是主观与客观的反映。

信息不是虚无缥缈的东西。信息同样来源于实践，来源于生活。商品信息则是来源于商品生产与商品流通的实践活动。人们对信息的认识与研究便形成了信息科学。信息科学的出现是人类对社会和自然界认识的深化，是自然科学与社会科学高度综合的结晶。

信息的发展产生了关于信息问题研究的信息科学，信息科学的形成又对信息的发展有巨大的推动作用。

在当代社会，信息与计算机技术、交通和通讯技术、电子工程、宇航工程等有着天然的联系，电子计算机与现代化通讯被视为信息飞跃的两翼，因此，信息科学的出现既是自然科学、社会科学发展的必然产物，也是信息发展的需要。有什么样的自然、社会环境，就会产生什么样的信息及其信息科学。从人类社会发展的漫长历史来看，信息经历了五个发展阶段：

第一阶段，原始信息阶段。人类以手势、眼神、语言和烽火作为信息；

第二阶段，文字信息初级阶段。文字的创造、纸的发明和通信作为这个阶段的标志；

第三阶段，文字信息高级阶段。印刷术的发明，把文字信息的传播推向新的境地；

第四阶段，电磁波信息阶段。电报和电话的开发开创了电信和广播，使信息凭借电磁波载体更为广泛、更为及时、更为准确地传播；

第五阶段，电子计算机阶段。电子计算机和电信的融合使信息传播向更高水平发展，这是更为崭新的一个阶段。

由上述情况可以看出，信息的发展离不开生产力水平和科学技术的发展水平，信息是植根于人类生活实践并伴随着人类社会生产力和科学技术的发展而发展的。人类能够推动、引导信息的发展，当然也就可以认识它、利用它。

必须明确，信息的发展标志就是信息传递手段的发展表现，或者说，信息传递手段的进步程度标志着信息发展的阶段。信息要借助于传递手段发挥作用，信息传递手段是不可忽视的信息范畴。明确这一点有助于我们凭借信息传递手段认识信息本身，破除其神秘感。

没有理论的信息是无用的信息，

没有信息的理论是无用的理论。

——格言

二、什么是商品信息

人类社会有各种各样的信息。有自然的、社会的信息，社会信息又包括经济信息、军事信息、文化信息、政治信息、思想信息、科学技术与工艺的信息等。

经济信息是重要的社会信息。它是对经济运动各种变化和特征的直接描述，也是对那些与经济运动有关的各种情况的间接描述。国民经济整体发出的信息、社会再生产过程的信息、技术工艺信息、反映各项经济活动实况的信息都属于经济信息的范畴。

经济信息可以按照各种不同的标准分类：

按经济信息内容处理程度可分为原始经济信息与加工的经济信息；

按经济信息的来源方向可分为内源经济信息与外源经济信息，横向流经济信息与纵向流经济信息；

按经济信息的组织过程可分为常规性经济信息与非常规的经济信息，正式渠道经济信息与非正式渠道的经济信息；

按经济信息的内容可分为业务信息、财务信息、会计信息、人事信息、科技信息、后勤信息等。

商品是商品经济社会的细胞，商品信息是经济信息的形式之一。商品信息是指商品生产、商品流通的信息。商品信息是对各种形式的商品经济活动的变化和特征的直接描述，同时也间接地反映与商品经济活动有关的各种情况。商品信息常常通过计划、合同、货单、报告、简报、通报、文件、记录、财务核算、会计统计报表、标准、条例、规定、指令、规章制度、报刊杂志、电视电台及电报电话口传等形式进行传递。

商品信息包容的范围十分广泛。它包括市场商品销售信息、商品经济管理信息、商品科技信息等。

市场商品销售信息包括商品的生产和供应信息、商品的需求信息、商品竞争者动向信息、影响产供销变化的各种因素的信息等。

其中，商品的生产和供应信息是指商品生产、商品供应的能力、布局、渠道；商品的数量、质量、性能、花色、品种、规格、款式、型号、行情等。

商品的需求信息是指消费者分布情况及其构成特点，消

费者的职业、习惯、心理，购买力的增减和投向，消费水平和消费结构的变化情况等。

商品竞争者动向信息是指同行业的竞购、竞销能力及其竞争策略，同行的生产、销售网点的分布状况、价格变动状况等。

影响产供销变化的各种社会、自然因素的信息是指政治、经济形势的变化，国家政策和经济法规的制定信息，科学技术的发展、自然条件的变化信息等。

商品经济管理信息包括商品经济宏观管理信息、商品经济微观管理信息。

其中，商品经济宏观管理信息是指国家管理商品经济的政策变化信息，国家管理商品经济的计划变化信息，国家调节商品经济的经济杠杆变化的信息，国家管理商品经济的经济法规的制定信息等。

商品经济微观管理信息是指商品生产企业和商品流通企业内部的计划信息、统计信息、业务信息、人事信息等。

商品经济科技信息包括商品生产和商品流通中运用的各种科技信息。

商品信息是个含义广泛的概念，它不限于只指广告上的有关商品销售消息，而是指整个商品经济中的信息。我国社会主义经济是有计划的商品经济，我国商品经济发展过程中的一切经济信息都是商品信息，商品信息充斥于我国经济生活的各个环节和各个领域。

农业生产部门和农村市场也无例外地需要商品信息的指导。随着我国农村商品经济的发展，广大农业劳动生产者在