

# 第一章 商务文书写作导论

随着人类社会向信息时代的迈进，人们越来越清楚地认识到，知识就是力量，信息就是财富，信息资源在社会生产和人类生活中将发挥日益重要的作用。但是，信息成为一种资源的必要条件是对其进行有效的管理。如果没有信息管理，信息也可能带来意想不到的麻烦。建立在这种管理活动基础上的商务文书写作，是对信息及其相关活动因素进行科学的计划、组织、控制和协调，实现信息资源的充分开发、合理配置和有效利用的最具基础性的工作。在此情况下，如何进一步更新商务文书写作的观念，完善其写作体系，寻找更有效的提高应用写作能力的途径，已越来越成为现代管理活动中不容忽视的基本课题之一。

## 第一节 商务信息概述

### 一、商务信息的定义

在工业时代，人力（Men）、机器（Machine）、材料（Materials）和金钱（Money）被认为是人类社会的四种主要的商业资源，即 4M；而在信息时代，参与企业间竞争的更多的是信息，信息已经成为社会活动的一个先决条件。它同物质和能量一起构成现代社会活动和现代科学技术的三大支柱，起着物质和能量所不能起的作用。随着社会信息化的进程日益加速，信息逐渐成为社会发展的主导

作为信息积累和传递载体的商务文书，在其写作过程中，首先需要撰写者充分了解并掌握信息，尤其是企业在市场经济活动中，涉及经营运作、贸易往来、发展开拓等信息明确其特性、要素及其类型，这是着手商务文书写作的的首要工作。

商务信息有广义和狭义之分。广义的商务信息是指一切与商品的生产和流通有关的商业经济信息。它既包括对各种形式的商品经济活动的变化和特征的直接描述，同时也包括间接地反映与商品经济活动有关的各种情况，诸如社会形态及其组织状况、人才培养与流动情况以及地区间的文化差异等，常常通过各类计划、合同、货单、报告、简报、记录、财务核算、会计统计报表、标准及规章制度等形式传递并发挥作用。狭义的商务信息专指企业在商务活动中采用简报、消息等文体样式，借助各类媒体所传递的与企业生产经营有关的信息。这里的论述主要针对前者而言。

## 二、商务信息的特性

商务信息的特性有以下十个方面：

### （一）社会性

商务信息的社会性主要表现为：

其一，从事商务信息工作是一种普遍的社会现象。商务信息的来源十分广泛，各个经济部门既是商务信息的使用者，同时又是商务信息的发送者。他们不断从社会上获取商务信息加以利用，同时又不断地向社会提供商务信息。

其二，商务信息联系着人们的一切活动。商务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务信息。在现代市场经济条件下，离开了商务信息，商品生产、交换、分配、消费等一系列活动都无法进行。

## （二）客观性

商务信息是经济活动状态和变化的客观反映。由于经济活动的发展变化是不以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务信息同样具有客观性。

## （三）价值性

商务信息的价值是指商务信息对人的效用。商务信息的价值是以商务信息对人的有用程度来区分其大小的。有用程度高则商务信息价值大，有用程度低则商务信息价值小，两者成正比。在市场经济条件下，商务信息资源的开发利用能给企业带来社会效益和经济效益，这已成为全社会的共识。

## （四）时效性

商务信息是有寿命的，有时效的，和任何商品一样，它有一个生命周期。商务信息的使用价值与其所提供的时间成反比。商务信息一经生成，其提供所花费的时间越短，它的使用价值就越大；反之，其提供所花费的时间越长，它的使用价值就越小，时间的延误，会使商务信息的使用价值衰减甚至完全消失。

## （五）依附性

载体是信息存在的必要条件。商务信息是由商务信息实体和载体构成的整体。商务信息的实体是指其内容而言，如商品需求情况、市场竞争态势等；商务信息的载体是指反映商务信息实体的各种中介，如电磁波、声波、文字、语言等等。

商务信息的依附性是指作为商务信息的内容，其生成、传递、贮存或被利用，必须采用某一信号，即通过一定的载体才能得以进行。

## （六）相对独立性

商务信息的相对独立性是指商务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。这

就为我们在载体的选择上带来了一定的灵活性。

商务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。

#### （七）可传递性

传递是商务信息发挥作用的前提。商务信息的可传递性可以从两个方面加以理解，一是指商务信息是可以通过一定的形式传递的；二是指商务信息必须经过传递才能被获取、被利用。

#### （八）可存储性

商务信息的客观性决定了商务信息具有可存储性。有时加工处理后的商务信息并非立即就用，有的当时用了，但考虑到以后还有参考价值，于是人们便把该信息存储起来。商务信息的存储和积累，使人们能够对商务信息进行系统的、全面的研究和分析，使商务信息得以延续和继承。

#### （九）可加工性

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

#### （十）可增值性

商务信息有确定性的价值，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，从而使商务信息增值。

### 三、商务信息的构成要素

商务信息是由发生源、载体、接收体三个基本要素构成的。

#### （一）商务信息的发生源

商务信息的发生源简称商务信息源，是指生成和发送商务信

息的源头。

有的商务信息，是人们在从事企业生产经营活动中直接以语言文字形式记录传送出来的，此称为第一商务信息源；当人们把第一商务信息源发出的商务信息转发或经过各种形式加工再次传送时，就成为第二商务信息源。在商务文书写作中，采用得更多的是第二商务信息源发出的信息。

## （二）商务信息的载体

商务信息的载体是指用来记录、存储和传递商务信息的有形或无形的物质。

实际工作中，商务信息的载体大致可以分为三种类型，它们分别标志着载体发展的不同阶段。

### 1. 语言

语言是传递商务信息的最为原始的载体。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，生产者与消费者直接见面，大量的商务信息是以语言为载体传递的。

### 2. 文字

文字是人类超时间、超地域传递和交换商务信息的载体。文字的出现，使依靠语言口头传递的商务信息得以固定下来，大大地增强了商务信息的存储和传播效果。

### 3. 电磁波

随着科学技术的进步，人类发明了电报、电话、广播、电视，借助电磁波这一载体，不仅可以超越空间，在瞬间同时收听到语言和音响信息，而且还可以同时收看到图像和文字的信息。尤其是以电子计算机和现代通讯设备为主要标志的现代商务信息载体的应用，从根本上消除了时间与空间对信息传播的限制。

## （三）商务信息的接收体

商务信息的接收体有直接接收体和间接接收体两种。商务信息发出后，人们通过听觉、视觉等感觉器官直接进行接收，称为直

接接收体。人们在直接接收商务信息后，再通过各种方式进行转发，称为间接接收体。

#### 四、商务信息的种类

商务信息的种类繁多，范围广泛。从不同的角度对商务信息进行分类，可以分为六大类。

（一）按照信息活动的领域来分，可分为内部商务信息和外部商务信息。

内部商务信息是指在经济组织内部产生和活动的信息，如企业的生产情况、销售情况、物资储备情况、成本和利润状况等。

外部商务信息是指由外部环境流向经济组织内部的信息，如国家为实行对企业的宏观管理所制定的有关政策、法令、条例、制度、计划等；国内外权威调查机构或专业咨询部门围绕市场供求状况所进行的描述、分析和预测，以及其他生产、流通部门和消费者等的活动信息。

（二）按照信息产生过程来分，可分为原始商务信息和加工商务信息。

原始商务信息又称初级商务信息，是指记载企业经营管理各环节具体活动的原始单据、数据和记录等。如零售柜台对每种商品销售数量、金额、价格的记录，仓库的各种出入库凭证，市场调查预测的原始资料等。

加工商务信息是指根据管理者的既定目标和要求，按照一定的格式、内容和程序对原始商务信息进行汇总、计算、筛选、综合、归纳而得到的信息。按照加工程度的不同，又可分为次级商务信息和三级商务信息。次级商务信息是在原始商务信息基础上经过加工整理而形成的信息，例如各种商品经营统计报表、盈亏分析等对次级商务信息进一步筛选、浓缩、综合、归纳后产生的密度较大的商务信息资料称为三级商务信息，如经营综述、总结等。

(三) 按照信息的性质不同来分,可分为常规性商务信息和偶然性商务信息。

常规性商务信息是企业正常经营活动中,反映经济活动的正常情况的信息。它是按照一定的程序,采用一定的格式,定期地、经常地通过搜集整理加工而形成的信息,如各种统计报表等。

偶然性商务信息是反映企业生产经营活动中特殊的、突发的偶然事件的信息。偶然性商务信息多来自于企业外部环境,如国家重要法规的颁布、产业结构的调整、金融部门利率下调、新技术的开发与利用等给企业带来的影响情况。

(四) 按照信息的时效性不同来分,可分为滞后性商务信息、实时商务信息和商务预测信息。

滞后性商务信息是指描述过去已经发生过的事实或记录以前经营活动情况的信息,如历年购销运储商品种类、规格、金额、价格、营业额、利润额等。滞后性商务活动信息是商务活动的重要资源。积累、存储和掌握滞后性商务信息对于了解企业经营活动的过去,指导现在的经营活动,预测未来经营的发展具有重要意义。

实时商务信息是对正在发生的企业经营活动的反映与记载。例如在当前企业经营活动中出现的竞争情况、生产情况、销售情况、市场需求情况和正在制定或实施的方针、政策、法令等。实时商务信息直接作用于企业经营者。企业经营者掌握这些信息,就可以在经营活动中有目的、有针对性地制定经营策略,进行有效决策,使企业经营取得更好的社会效益与经济效益。

商务预测信息是对滞后性信息和实时信息进行系统分析的结果,是预测未来的一种主观性的分析信息,例如,在未来一定时间内的竞争趋势、价格变动趋势、市场供求变化趋势等。商务预测信息为企业经营决策提供重要依据。

(五) 按照信息的用途不同来分,可分为决策信息、控制信息和业务信息。

决策信息是指在企业经营活动中，经营者为确定经营目标、经营方针、经营计划所必需的信息。它主要来源于市场环境，如国家经济政策、市场供求状况、行业竞争态势等。

控制信息是管理者进行经营控制所需要的信息，其目的是使企业经营活动符合既定的目标要求，克服在经营过程中出现的偏差。这种信息多来源于企业内部，如各种计划与其实绩比较情况，商品产、销、运、储各环节中反馈的情况等。

业务信息是与企业主体日常经营活动有关的信息，包括日常企业内部各环节间的信息流动以及各环节业务活动所必需的各种信息。如生产进度、原材料的耗用情况、仓库货物的进出情况、资金运用情况、设备维修情况等。

（六）按照信息的搜集渠道不同来分，可分为正式组织系统的商务信息和非正式组织系统的商务信息。

正式组织系统的商务信息是指按照规定和正常的渠道，有组织、有计划地获取的信息。如各种统计和核算指标、报表，计算机中存储的数据和文件等所传递的信息。由于这类信息都以一定的组织形式进行搜集和处理，其质量较高，故能比较全面地反映各项经济活动的相互联系，反映经济组织发展变化的原因和过程。

非正式组织系统的商务信息，是指以特有的灵活性和快捷性又不乏偶然性而获取的信息。例如，企业经营者在外出访问、社交活动或浏览报刊过程中得到的一些正式渠道不能得到、但对企业经营又非常有用的信息。

总之，商务信息可以从不同角度，按照不同的标准进行分类。对商务信息分类的目的是为了科学地考察企业经营活动中产生和需要信息的特点，揭示商务信息管理的一般规律性，以便更好地搜集、加工、存储、传递和利用商务信息。

## 五、商务信息的功能

信息是社会的黏合剂。在社会扩大再生产的整个过程中，往往表现为这样一种循环过程，即生产与社会实践——创造与积累信息——传递、利用新的信息——用新的信息来指导人们新的生产与社会实践。在这个循环过程中，商务信息所发挥的功能是显而易见的。

### （一）导向功能

商务信息对企业生产与经营活动的顺利开展起着导向作用，或者说，商务信息是企业从事商品生产和商品流通工作的向导。

市场经济活动是一个复杂的运动过程。市场经济的发展离不开人、财、物等各种资源，要把这些资源变为产品进而转化为商品，就必须通过信息搜集和处理过程。一个商品生产者或经营者在生产或经营之前和整个过程中必须明确生产什么、生产多少、采用什么原料、生产应具备怎样的技术或技能、生产出来的产品怎样销售、市场行情怎样、需求量多大、是继续扩大再生产还是转向生产等等问题。这一系列问题都要通过信息反映到生产者或经营者头脑里，并帮助他们据此作出相应的、正确的决策，以保证生产和经营的继续和发展。忽视信息，必然闭目塞听，导致盲目生产、盲目经营，企业也就难以具备在生产和经营商品上的应变能力和竞争能力。从这个意义上说，商务信息关系到商品生产、商品流通的兴衰成败。

商务信息的导向功能是凭借其本身所具有的知识性体现的。商务信息本身所具有的知识 and 智能，经有效地加工与组织，通过传递或再传递，对接收者来说就形成成为一种知识。这些知识再经过筛选、鉴别、处理，用于商品生产和商品流通中，就对整个市场经济的各个环节、各个部门的发展起了引导、指导和诱导作用。

### （二）调节功能

商务信息可以直接为经济管理和经济决策服务，被用以协调各部门、各单位、各环节的经济关系和利益，使之能在一定条件下取得相对和谐的统一。

经济管理就是对商品的生产和流通实行决策、计划、组织、指挥、协调和控制。经济管理所要解决的就是各部门、各单位、各个环节在商品生产和商品流通中的经济矛盾。无论是在生产实践活动中，还是在流通领域中，经济体制与生产力的发展之间，商品生产、供应与需求之间，科学技术发展水平与生产、流通的现状之间的矛盾是经常存在的，而且这些矛盾在市场经济发展的过程中还会不断变化。依靠一定的条件不断地解决这些矛盾就是经济管理的任务。这些条件不是别的，就是商务信息。商务信息既是制定经济政策、经济法规和经济计划的依据，又是利用各种经济杠杆的依据。缺乏必要的市场信息、商品供求信息以及来自商品生产和商品流通系统内的组织信息、财务信息、人事信息等经济政策、经济法规、经济计划、经济杠杆就成了无源之水、无本之木，其实施必定会如无的放矢，盲目、混乱。以商务信息为依据，就能针对管理对象中出现的各种矛盾，切实有效地加以协调。可以这么说，人们利用商务信息控制、调节和管理商品生产和商品流通的过程，也就是商务信息发挥其调节功能的过程。

### （三）辐射扩散功能

在现代科学技术、通讯技术十分发达的今天，根据需要，某种商务信息能在几秒钟内传播到全世界。商务信息能迅速传播、渗透到各个地方的所有企业、个人，这就是商务信息的辐射、扩散功能。正是由于商务信息具有辐射扩散功能，企业才利用其有关自身或产品及服务的信息，以沟通为手段，架起交流的桥梁，使企业和社会公众相互知晓、理解、密切联系、融洽感情，使公众的态度和行为朝着有利于企业发展的方向转变。

### （四）增值功能

信息是一种会增值的资源，商务信息是信息的一种，同样具有增值功能。信息是一种无形的财富，人们运用信息作用于社会经济活动，能更好地开发自然资源。商务信息是生产力发展的黏合剂和增值因素，企业有效地利用信息，将其投入生产经营活动，可使生产力中的劳动力、劳动工具、劳动对象达到最佳的结合，产生放大效应，使企业经济效益增值。

#### （五）反馈功能

所谓反馈，从经济学的角度可以理解为反应。信息的反馈功能就是指输出的信息与其作用对象相比较后再输送回来，从而对信息的再输出发生影响。在从事商品生产和商品流通的工作中，往往需要依据商务信息作出决策、制定计划并组织力量付诸实施。在实施过程中，必然会使商品生产或商品流通的相关环节产生反应，这种反应就是反馈过程。信息反馈后产生反馈信息，再作用到商品生产者或商品经营者那里，以便控制行动或进行追踪决策。

在商品生产和商品流通的组织者或领导者作出决策后，为了保证有效地执行决策，就要检查执行决策的情况，不断地与原决策方案进行比较 分析评估 如发现偏差 就要采取矫正措施 以保证决策的执行，顺利地实现既定的目标，这就是利用信息反馈功能所采取的控制行动。

此外，信息反馈还可以调整决策。在原决策执行过程中，发现由于当初赖以决策的情况发生重大变化或者是主观情况发生重大变化，实施结果将危及决策目标的实现时，就要通过信息反馈对目标或决策方案进行一种根本性的修正。信息反馈功能的这种表现称为调整决策，也叫追踪决策。

总而言之，商务信息因为其特殊的功能，日益成为维系经济活动正常运行并使经济得以发展的重要因素之一，对商务信息利用越来越成为管理转化为生产力不可或缺的桥梁和工具。

## 第二节 商务文书写作的步骤

### 一、商务信息的采集

商务信息的采集，就是按照一定的原则，根据事先设计的程序，采用科学的方法，通过相关渠道，有计划、有步骤地汇集、提炼商务信息的工作过程。

#### （一）商务信息采集的原则

##### 1. 目的性原则

商务信息的采集，必须有明确的目的。也就是说采集商务信息不是为了收藏，而是为了应用。所谓商务信息的目的性原则，就是指采集能够反映客观事物的变化和特征，并能为人们所应用的商务信息。

##### 2. 时效性原则

时效性是商务信息本身所具有的一个重要属性。客观事物总是在不断变化着的，由此呈现出错综复杂的现象。每一事物的变化都产生一定量的信息，而且具有较强的时效性。客观事物变化越快，信息的时效性就越强。这就要求商务文书的撰写者尽可能迅速地采集信息，尤其是预测、发掘各类潜在的信息，以保证对信息的及时、有效的利用。

##### 3. 准确性原则

商务信息的准确性，是指采集的商务信息要如实反映实际情况。准确是商务信息的生命，信息越准确，其价值量越大。假信息贻误时机，会给管理带来危害，造成决策的失误。信息不准确，多数是采集工作上的问题。为此，一方面，要做到一切从实际出发，开展周密的调查研究，更多地掌握第一手材料；另一方面要广开信

息源 互相印证 以确保商务信息的准确、有效。

#### 4.全面性原则

全面性也称系统性和完整性，这是提高商务信息采集质量所必须遵守的原则。商务信息即使是适用的、及时的，但如果其本身残缺不全、支离破碎，也难以为企业所利用。当然，这里强调全面性，并不是指无所不包，或盲目贪多求全，而是要求对于被反映的某个客观事物及其活动变化情况，从其连续过程、整体全貌方面去采集，这样才有利于进一步着手对其进行加工处理。

#### 5.经济性原则

商务信息作为一种经济资源，其本身就具有价值，同时在处理商务信息的过程中还需要付出一定的代价。在企业的实际工作中，对信息的要求越高，所耗费的费用往往就越大。因此，应考虑到获取商务信息经济性，即如何以较少的耗费来获得企业经营管理中必需的及最具有价值的信息。

### （二 商务信息采集的程序

商务信息的采集是一项有目的、有计划、有组织的活动。系统而科学的信息采集程序，能使得整个信息采集工作得以正常和有序地进行。一般而言，商务信息的采集程序有以下几个步骤：

#### 1.确定目标

确定信息采集的目标 即要解决‘为什么采集信息’的问题 这是整个信息采集工作的第一步，也是关键性的一步。在采集商务信息时，要根据不同需要，确定不同的目标，对商务信息的采集对象、范围、重点等必须事先有所计划，尽可能避免商务信息采集过程中的盲目性。

#### 2.选择信息源

目标明确之后，紧接着要解决的问题就是“采集什么信息”“从何处采集这些信息”。这就涉及信息源的选择。

商务信息源极为广泛，就渠道而言，有来自银行、统计及工、

农、商、财、贸等国家机关的信息,有来自生产、销售部门及消费者的信息,有来自权威调查机构、各行业协会的信息,有来自广播、电视、报刊等传播载体的信息等等。不同的商务信息有不同的来源,同一商务信息也可以有多种来源渠道。例如,要获得竞争对手的信息,可以从与竞争对手有业务往来的客户和顾客中采集信息,也可以通过其主管部门了解,还可以通过开户银行、工商行政管理部门去了解。当然,不同信息源所产生的信息量和信息价值往往也不相同,应根据所需采集的信息内容,选择那些信息量丰富且信息价值高的信息源作为获取信息的主要渠道,以收到事半功倍的效果。

### 3. 选定方法

选定方法即选定采集所需信息的方法,这一步是要解决“如何采集所需信息”的问题。在前两步工作得到妥善处理之后,若不能确定正确的采集信息的方法,往往会使整个信息采集工作落空。

采集商务信息的具体方法多种多样,对不同载体所传递的信息,其采集的方法各不相同。如通过语言载体传递的信息,可以采取现场录音、个别访问、开会座谈等方法去采集;通过文字载体传输的信息,可以采取查阅、交换、购买等方法去采集;通过电磁波载体来传输的信息,可以用现代化的手段予以调用。有些信息,需信息采集者通过深入实践去直接摄取原始信息并加工利用;有些信息,则只需间接地对原始信息进行二次加工即可取得。直接摄取原始信息的调查方式也多种多样,每种方法都有其一定的优缺点和采用的条件。因此,采集信息时,采用何种方式方法,应根据采集信息的目标及所需信息的性质、精确程度、时间、费用等进行全面权衡后作出决定。

#### (三) 商务信息采集的方法

由于商务信息内容极其广泛,信息来源分散,因此采集信息的方法也灵活多样。常用的采集信息的方法除了较简便易行的购买

法、索取法、征集法、交换法外 还有稍显复杂的文献检索法、计算机联机检索法、市场调查法、观察法、实验法等。这里就后列的几种方法作一简要介绍：

### 1. 文献检索法

文献检索法即利用文献检索工具去查找获取现有信息资料的一种方法。利用该法，可以帮助信息采集者迅速找到经过提炼、筛选的信息资料，大大提高获取信息的效率。

采集商务信息可供利用的文献检索工具主要有经济类工具书、统计资料、广告、产品目录及产品样本等。

### 2. 计算机联机检索法

计算机联机检索法是利用情报信息网络获取现有信息的现代化信息采集方法。随着经济和科技的发展，目前，许多信息机构相互之间建立起了更为紧密的联系，利用计算机和现代通讯手段，形成了遍布全国甚至国际市场的信息网络，该信息网络系统的任何一个终端用户都可以利用计算机检索终端，检索获取网络中任何一个数据库贮存的信息。联机检索不受时空距离的限制，可以充分共享各种信息资料，是一种极为有效的采集商务信息的方法。

### 3. 调查法

调查法是通过实地调查直接获取信息的一种重要方法。利用调查法所得信息具有较高的针对性、时效性和可靠性，有利于及时调整企业的经营活动。根据调查内容的不同，可分为企业环境调查、企业形象调查和企业市场调查；根据调查对象的不同，又可分为普遍调查、典型调查、重点调查和抽样调查四种。

### 4. 观察法

观察法，是指在不向被调查对象提问的情况下，信息采集者对被调查对象的行为反应、感受、特征进行观察记录的一种方法。使用观察法，一般要使被调查者觉察不到，这样才能保证采集到的原始信息资料比较客观、真实 同时 可以借助仪器观察记录 有利于

取得较为详细的资料。由于使用观察法只能观察到事物的外部现象，而不能了解被调查对象的行为动机或意见态度等；同时，在使用过程中，有时耗时较长，费用也较高。为了扬长避短，增强观察效果，在使用该法时，应注意对观察内容的选择，并且要有效地与其他各种方法结合使用。

### 5. 实验法

实验法，起源于自然科学的实验求证法。这里系指通过小规模实验，来了解和测定被研究对象各方面的特征及在一定条件下的反应。如选样定产实验、试销试用实验等等。实验法比较科学，所取得的原始信息资料也较为准确，但使用该方法，有时所需时间较长 成本较高 可变因素也难以掌握。

## 二、商务信息的整序

整序就是把杂乱无序的事物整理为系统有序的状态。在企业对商务信息的管理活动中，为了控制商务信息的流速和流向、数量和质量等，把传递中的杂乱无序的商务信息整理为系统有序状态的活动就是商务信息的整序。

### （一）商务信息整序的目的

#### 1. 减小商务信息流的混乱程度

杂乱无序的商务信息流不但妨碍着企业对该信息资源的开发利用，而且往往对企业正常的决策活动形成干扰，严重的还会导致企业决策的失误。整序活动的重要任务是：控制信息的流速和流向，以便使信息能够在适当的时机有针对性地传递给需要者；控制信息的数量和质量，以便使需要者能够获得不超过其吸收能力的高质量信息。

#### 2. 挖掘潜在信息

商务信息的整序过程实际上也是对信息的开发与加工的过程。通过整序活动，不仅可以加深信息揭示的层次，挖掘出更具价

值的信息，而且也能使原有信息的质量进一步提高。

### 3. 建立商务信息与特定接收者的联系

整序是按照信息特定接收者的特点和要求进行的。因此，整序工作必须根据接受者的特点及需求排除信息障碍，疏通信息渠道，在接收者与发送者之间铺路架桥，以提高商务信息资源开发利用的针对性。

### 4. 节省企业信息活动的总成本

通过科学合理、井井有条的信息整序工作，可以帮助企业决策领导层及各职能部门在查寻、吸收与利用商务信息时减少时间和精力耗费，从而增强整个企业的信息活动效果。

## （二）商务信息整序的基本要求

### 1. 信息内容的有序化

从各类信息源采集到的商务信息大部分属于零散的、孤立的信息，为此需要对信息内容进行有序化整理。具体说，一是要将内容相同或相关的信息集中在一起，将内容无关的信息区别开来；二是集中在一起的信息要有系统、有条理，按一定标识呈现出某种秩序，并能表达某种意义；三是相关信息单元之间要明确化，并能产生某种关联效应，或能给人以某种新的启示。

### 2. 信息内容的明确化

现代管理科学的基本原理表明，信息作用力的大小取决于信息流动的方向。信息整序要做到信息流向明确化，首先要认真研究信息接收者的信息需要和信息行为，按照不同接收者的信息活动特征确定信息的传递方向；其次要注意根据信息环境的发展变化不断调整信息流动的方向，尽量形成信息合力。

### 3. 信息流速的适度化

信息流速的不断加快使人们感受到了巨大的信息压力，眼花缭乱的信流可能会降低决策的效率；同时，人们面对的决策环境在不断地发展变化，信息需要也在不断地更新。为此必须适当控