



因特网中的市场信息资源开发利用

Exploitation and Utilization of Market Information Resources of Internet

丁梅娟 (浙江省科技信息研究所 杭州 310006)

[摘要] 随着市场经济的发展、WTO的加入,信息的重要性将更加突出,充分认识市场信息资源的作用,掌握其开发、利用方法,尤其是如何开发利用Internet网络资源中的市场信息,对企业具有极其重要的意义。本文就Web网页、贸易公告版、新闻组和电子邮件列表四种途径介绍Internet网络中市场信息的获取和利用。

[关键词] 市场信息 开发利用 Internet网络

[中图分类号] G25 **[文献标识码]** A

[Abstract] With the development of the market economy and joining to WTO, the importance of information will be more outstanding. We should fully recognize the role of market information resources and master the way of the exploitation and utilization. These are of great importance to enterprises, especially how to exploit and use market information of network resources. This article introduces four methods to get and utilize market information of Internet, such as Web page, trade bulletin board, newsgroup and E-mailing list.

[Key words] Market information; Exploitation and utilization; Internet

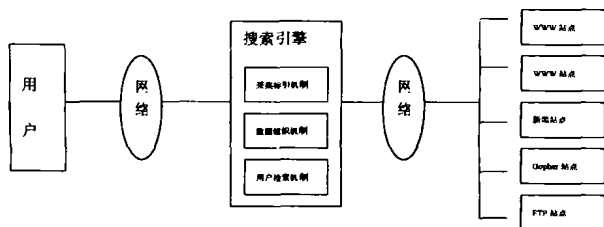
市场信息具有极强的时效性,Internet网络的发展和利用,为市场信息的传递和开发利用提供了有效手段。目前,已有很多企业和个人利用互联网获取自己所需的市场信息,并利用这些信息成功地进行各种技术创新和商业活动。然而,从互联网上找到的市场信息,与通过其它途径得到的市场信息一样,有真有假,需要用户认真进行分析判断,辨别真伪。下面就Web网页、贸易公告版、新闻组和电子邮件列表四种途径介绍Internet网络中市场信息的获取和利用。

1 从Web网页获取市场信息

WWW站点是获取市场信息的主要途径。目前,许多公司、企业通过互联网宣传企业及产品,并开展各种商业活动,因此,通过搜索引擎、专业经济信息网站可获取丰富的市场信息。

1.1 利用搜索引擎查找

搜索引擎(Search Engines)是对WWW站点资源和其他网络资源进行标引、组织并提供用户检索的一种系统机制,按其检索机制可划分为检索型、目录型和混合型检索,分别可从以下途径进行检索。



搜索引擎工作机制

1.1.1 关键词检索。此种方法适用于检索型搜索引擎,可直接输入检索词查找所需信息资源,并可以使用布尔逻辑检索、短语、自然语言等高级检索方式。如在“新浪搜索”窗口输入“数码照相机”一词,搜索结果显示有9个网站、1条新浪内容、4849条网页信息符合查找条件。

1.1.2 主题检索。此种方法适用于目录型搜索引擎,可根据层次型类别目录,采取逐层浏览目录、逐步细化来寻找合适的类别直至具体资源。如在Yahoo!中按照“商业与经济——公司——环保——污染控制”的层次型目录逐层浏览最终获得15条有关“污染控制”的企业信息及其它相关链接。

1.2 利用专门的经济信息网站查找

通过搜索引擎查找到的信息存在直接相关性差的问题,而行业或专业性经济网站的信息内容专业性较强,因此是获取市场信息的重要途径。这些网站一般包括:与本行业、本领域密切相关的新闻;重点内容的推荐;本行业的动态信息、广告;国家宏观经济政策、事实报道、区域经济的特点等内容。如:

中国经济信息网(<http://www.cei.gov.cn/homepage/sic/intro-c.htm>):由国家信息中心组织建设,主要栏目包括宏观经济、信息导航、为您服务、工商博览、每日经济、中国经济之窗、投资指南等;

经济中国(<http://e-china.online.sh.cn>):提供企业名录、经济动态及统计资料等。

中国工业企业财务状况调查系统(<http://www.bj.coi.com.cn/phototext/jjllzx/homepage/menu-2.htm>):收录了600多个行业10万家的财务数据。

新华社经济信息服务(<http://168.160.224.36/xinhua>)

/): 包括有关中国经济、市场开发、国际贸易、投资、研究和企业发展、企业咨询等。

北京经济信息网(<http://www.beic.gov.cn>): 北京市信息中心主办, 栏目有政策动态、经济新闻、北京投资、工商企业、经济监测、价格参考、外汇市场等, 有地方法规、市三资企业名录、北京宏观指标等信息。

上海市经济信息网(<http://www.sh.cei.gov.cn>): 上海市信息中心主办, 栏目有经济新闻、企业之窗、市场讯息、信息导航、ISP服务等; 数据库有企业数据库、产品数据库、每日经济数据库、证券信息库、上市公司库、人才信息库等。

世界经济之窗(<http://nmg.clever.net/wew>): 提供全球范围内有关收支平衡、商业调查、美国国内贸易、国外兑换、工业产品、劳工市场、通货膨胀和物价、主要指数等方面的宏观经济信息。

世界经济网(<http://worldbusiness.net>): 包括“全球市场广告牌”, 164个世界货币交易所、世界经济协会和世界手工艺出口商联盟等信息。

1.3 利用商业性服务站点查找

Internet中含有丰富的免费市场信息资源, 但这些信息中不乏一些经营者为牟取经济利益而散布的虚假信息, 或是因为制作粗糙造成的错误信息, 需要用户自己去鉴别真伪。因此, 除了挖掘Internet中的免费信息, 还应考虑从联机检索系统中获取高质量的经贸信息。

如著名的商业性国际联机检索系统Dialog, 除科技文献数据库外, 商情数据库是其一大特色, 目前其商情数据库的数目已超过了科技文献数据库。90年代以后, Dialog开始在Internet上设Web站点, 只要交纳相当的费用, 通过Internet同样可以获取其数据库中的经济信息。DIALOG系统的商业、经济数据库大体上可以分为4种类型。一是以报道公司情况为主的数据库, 介绍公司概况、主要产品、主要负责人、电话、电传、地址等信息。二是以报道产品、市场、工业情报为主的数据库, 介绍产品的市场动态、销售和工业贸易等信息。三是以数据为主的数据库, 包括预测数据、统计数据、时间序列等。四是内容广泛的综合性数据库。如在Internet上, 通过多个检索站点找寻吸尘器的综合市场报告但无结果, 仅有少数的家电市场报告中零星地提到一两句。在Dialog的411文档中检索, 发现大量线索。如: 国外的进口和经销商; 美国进出口统计和进出口数量和厂商(统计排序); 世界重点吸尘器厂商投资分析报告; 各国吸尘器市场的不同角度和深度的研究报告; 各国吸尘器生产、技术和市场的即时新闻报道; 世界各国吸尘器进出口的数量和平均价格统计(1980年至今); 国际市场调研报告目录等。

2 利用国际贸易公告板获取市场信息

Internet上的有关国际贸易网站的公告板, 可供发布各种买卖信息, 因此也可通过它来获取有关市场信息。

电子贸易机会(ETO)公告板: 是联合国发展中心主办的最大的贸易公告站点。该公告板由联合国留发会赞助, 自1993年创办以来, 发布的贸易信息已超过了100万条, 每天接收的信息超过100条。

Trade Compass: 每星期发布贸易信息1万条。

National Trade Databank (NTDB): 美国商务部主办, 是Internet上办得最好的国际贸易网站之一, 发布世界各国的

公司经由当地的美国大使馆转发的贸易信息, 包括这些公司的基本情况, 如雇员人数、金融情况和营业额等。同时, NTDB还作为全球某些特定商品市场信息的来源和美国贸易统计数据的数据来源。

3 利用Usenet/Newsgroup获取市场信息

目前, Internet上至少有50 000个新闻组, 它是互联网举行讨论的重要场所, 俗称“电子论坛”。既可以发布各种信息, 也可以获取其中的信息。新闻组有一套命名规则来区分各自的主题范围, 以名称第一部分(最左端部分)为识别标记, 常见大类有:

biz	商业类	comp	计算机类	news	网络新闻类
rec	娱乐类	sci	科学类	soc	社会类
talk	辩论类	misc	杂类	alt	其他类

(有选择有争议的内容)

如: biz.marketplace international; alt.import-export。

新闻组名称的第二和第三部分确定大类中的具体领域和更细的主题, 有时还可继续细分下去, 如alt.business.import-export computer和 alt.business.import-export food。

利用新闻组查找市场信息, 一个方法是直接访问相关的新闻组, 阅读其中的信息, 同时发布自己的信息; 另一个方法是用相关词搜索从而发现相关信息。如利用dejanews新闻组(<http://www.dejanews.com/info/toplevel.shtml>)的检索功能, 可搜索到某一公司的大量相关信息, 也可搜索到某一产品的世界各地的销售公司, 甚至有关此产品的新技术, 这些都是市场调研的重要信息来源。

4 利用Listserv/Mailing List获取市场信息

在Internet上进行交流和讨论的主要工具有三种: Usenet/Newsgroups(新闻组)、Listserv(电子邮件群)、Mailing List(用户邮件组)。虽然电子邮件群和用户邮件组的规模都不如Usenet大, 但它们日积月累的信息数量也极可观, 因此也具有较大的参考价值。

互联网上有很多国际贸易方面的邮件列表。通过访问站点: <http://www.reference.com>, 在该网站中用“international business”或者“international trade”(或者其它感兴趣的课题)去搜索, 就可获得一系列的电子邮件地址以及订阅这些邮件列表的方法。

以上介绍了Internet中市场信息资源获取的一些方法。在此基础上, 可通过建立浏览器书签、建立信息库等方法对获取的信息资源进行再次加工和组织, 从而使信息资源得到充分利用。

参考文献:

- 1 张明果. Internet网络资源中的市场信息. 图书情报工作, 2001(1): 53- 55
- 2 《企业技术创新与信息资源开发利用》课题. 浙江大学、浙江省科技信息研究所, 2000

[作者简介]

丁梅娟 女, 1952年生, 副研究馆员, 馆长。

[收稿日期: 2002—01—28]