



中国产业再出发系列报道

【信息消费“扩容”之论道】

推动信息消费应摒弃 GDP 思维

■ 陈昌成

加快产业融合、促进信息消费正在成为中国经济转型增长的一个重要引擎。信息消费由此成为一个“热词”被频繁提及。

实际上，从互联网诞生之日，直到现在移动互联网大潮来袭，信息消费已经无处不在。无论是单位机构，还是消费个体，都在以不同的方式消费和使用着不同形式的信息产品。这些产品或者有形，或者无形，存在于我们生产、生活的各个层面，影响甚至左右着我们的商业环境。

如今，信息消费已经上升到国策层面。这在意料之外，又在意料之中。早在2004年，中央政府就有促进信息消费的相关文件出台。不过彼时，信息产业基础尚未完全建立，信息消费市场尚处于初级阶段，还无法单独成

为独立的产业主体。

随着对衣食住行各方面消费的充分满足，对“信”的消费开始与日俱增，并成为新的增长点。政府的角色定位也在从对有形物质资源的管理，演变为对无形信息资源的管理。

更重要的是，信息消费就是思维层面的虚拟性消费，资源消耗小，牵引作用大，与同属于虚拟性消费的教育、游戏、文化产业一样，都能满足消费者更高层次的需求，并将对促进消费增长、扩大国内有效内需产生积极作用。

显然，信息消费的时机已经成熟。今年7月份，国务院常务会议强调要把“信息消费”作为扩大内需、调整经济结构和控制通货膨胀的重要举措。工业和信息化部副部长苗圩也提到：“下一步要把促进‘信息消费’作为工信部系统一项主要的工作”。这足见国家决策层面深刻意识到了信息消

费的战略价值。

随即，工信部9月5日公布《信息化和工业化深度融合专项行动计划(2013—2018年)》。该计划提出，2018年工业化和信息化融合发展水平指数需要达到82，比2010年、2011年的52.73和59.07指数大为提高。

工信部提出将采取专项行动，产业集聚区的光纤网、移动通信网和无线局域网的部署和优化，实现信息网络宽带化升级。为此，工信部预备采取系列行动，这包括企业“两化”深度融合示范推广行动，中小企业“两化”融合能力提升行动，电子商务和物流信息化集成创新行动以及信息产业支撑服务能力提升行动。

不论是接连密集发布的相关文件，还是相关部委积极地回应，从中我们能够深切地感受到政府机构推动信息消费的决心和信心。毫无疑

问，在推动信息消费发展的过程中，加快网络、通信基础设施建设和升级无疑是有释放需求的重要途径。不过我们必须清楚，信息最终能够被大规模“消费”的前提是，有充足且高品质的信息内容提供。

在目前的信息消费生态链中，政府和央企更多地承担着基础设施的建设，而众多小微企业则积极致力于内容产品的提供。让更多的小微企业有机会、有条件进入信息消费领域，是保障信息消费“国策”持续开展的有效前提。

积极有效地放开内容供应市场是信息消费的真正基础。政府相关部门也要从过去单纯地强调产业规模的GDP思维中脱离出来，真正着眼于消费群体，着眼于为市场运行提供有序、公平的竞争环境，让信息消费政策真实地接地气。

【信息消费“扩容”之访谈】

中国人民大学电子政务研究中心主任、信息资源管理学院教授侯卫真

信息消费须警惕 投资驱动式发展

■ 本报记者 郭奎涛

自从今年7月国务院常务会议提出促进信息消费，中国政府已经连续4次发文推动这一新的支柱产业的发展，相关部委正在制定的各项配套政策也将陆续出台。这被视为继楼市、光伏之后，一个新的扩大内需、刺激经济的重要手段。

在整体经济增速放缓背景下，信息消费产业如何承担起政策赋予的历史使命？新一轮投资如何避免光伏产业的前车之鉴？针对这些问题，《中国企业家报》记者对中国人民大学电子政务研究中心主任、信息资源管理学院教授侯卫真做了专访。

信息消费要优化产业链

《中国企业家报》：7月以来，信息消费产业的地位得到前所未有的提升，请问之前政策对信息消费产业的态度是什么样的？

侯卫真：早在2004年年底，中共中央办公厅颁布了《关于加强信息资源开发利用工作的若干意见》的文件，要求以信息化带动工业化，以工业化促进信息化，推进经济结构调整和经济增长方式转变。对于信息资源的价值做出了基本的认识和判断，强调了信息资源在政务、商务和公益领域的重要作用，对如今的信息消费和信息相关产业的发展具有引领和指导作用。从这个意义上说，该文件的政策理念是具有前瞻性的，其提出的相关政策对信息市场、信息消费的迅猛发展发挥了重要的指导作用。

《中国企业家报》：信息消费产业中的新兴企业可能会对既有格局尤其是国有垄断性企业产生冲击，如何平衡二者利益？

侯卫真：信息消费产业中的新兴企业对传统企业的冲击是不可避免的，这是由二者的产业模式、盈利模式的不同决定的。从信息消费产业链角度看，产业链上、中、下游的成本构成和收益方式是各不相同的。产业链上游，如基础设施运营商投资大、设备成本高，投资回收期长，而产业链的下游，投资相对较低，投资回收快，直接面对消费者，又要具有全产业链资源来构建新型产业模式，但受制于基础设施运营商提供的资源条件，在产业链中赚钱最快，也最脆弱。因此，信息消费政策要优化和完善信息消费产业链上下游各个环节的关系，特别要形成对传统的网络和通信运营商以及信息资源提供商的垄断限制规则，鼓励开放、鼓励合作、探索新型产业链模式，坚决不走依靠垄断资源获利的老路。

《中国企业家报》：作为国家指定的新的经济增长点，信息消费如何才能承担起拉动内需、刺激经济的重要作用？

侯卫真：信息消费产业已经形成了成熟的生态体系，包括信息资源平台以及资源聚合和分配体系，信息商品生产体系和服务终端设施。例如苹果通过开放平台聚合消费者资源，然后通过应用商店完成收入和盈利，并通过iPhone和iPad等终端产品实现最终消费。

需要指出的是，人们对事物的体验需求是无穷无尽的，而现在的信息消费产业为我们提供的产品还处于刚刚起步的阶段，融合各种技术满足用户信息需求的能力还很低。出门的时候，你不知道哪里堵车，有没有更好的路线；玩游戏的时候，逼真的体验也有很大的改进空间。这都需要慢慢发展，空间是无限的。

而且，信息消费产业不是一个孤立的产业，还需要通过对传统行业改造升级带动更多的经济增长。预计2015年，这一行业可以带动相关行业新增产出超过1.2万亿元。目前，互联网从单一的信息传播渠道跃升为经济、社会发展的关键性基础设施，在带动传统产业转型升级方面的作用有目共睹。

信息消费不会出现过热

《中国企业家报》：信息消费产业早期曾不止一次出现过热现象，例如2000年的互联网泡沫，如今是否存在过热迹象？

侯卫真：我是亲身经历过2000年前后的互联网泡沫的。当时市场接受能力有限，而且行业没有成熟的盈利模式，主要是靠资本推动的，并形成了一套完整的模式：先提概念，再做方案，然后去找风投忽悠，接着引入更多的投资，等上市圈钱之后大家分钱。

如今的信息消费产业已经形成了多种多样的盈利模式，虽然可能存在问题。配套设施缺位问题也得到了解决，不像我当初尝试做电子商务的时候，支付怎么解决是个问题，跟多家银行谈，都找不到办法；还有物流的问题，本身没有能力提供物流，第三方物流也没兴起。

尤其重要的是，本次信息消费的热潮是由需求驱动的。我们也说自己是全球最大的市场，有了足够大的市场，再多的产能也能消化，不会出现过热的问题。这跟光伏不同，光伏市场都在国外，一旦国外不愿意进口，内部无法消化，肯定要出问题。

《中国企业家报》：结合4次发文，为了更好地促进信息消费产业对经济的刺激作用，政府还需要做出哪些努力？

侯卫真：在国务院《关于促进信息消费扩大内需的若干意见》中，提出了“信息消费”这个概念，看到了它与经济增长的关系，并从信息基础设施建设、信息消费环境建设和完善支持政策等5个角度，阐明了今后推动信息消费产业发展的措施。

不过，这份指导性文件主要还是讲产业讲得比较多、比较重，在如何培育信息的消费方面内容稍显薄弱。信息消费不是产业驱动的，而是需求驱动的，必须着力培育市场和需求，让需求牵引产业，而不是相反。只说高速公路怎么建、收费站怎么建，甚至是路边的电线杆怎么建，没有车跑的话也是不行的，容易演变成投资热。

王利博制图