

江苏信息消费促进产业发展的战略研究

杨震¹, 黄卫东²

(1. 南京邮电大学 校长办公室, 江苏 南京 210023)
(2. 南京邮电大学 社会科学处, 江苏 南京 210023)

摘要:信息消费具有结构层次高、绿色无污染、带动作用强等特点,是我国有效扩大内需促进经济平稳较快发展的重要着力点。江苏省的信息消费水平,无论是政府信息消费、产业信息消费还是居民信息消费,都与本省经济发展水平不相当,其因主要在于信息服务供给的综合创新力度不足和信息服务的有效需求不足。以信息消费促进产业发展,江苏省首先要引导信息消费热点,推进信息产品融合创新;其次要鼓励商业服务模式创新,促进现代信息服务业发展;再次要依托信息技术优势领域,大力发展战略性新兴产业;最后要实现电子商务重点突破,发展有基础支撑的潜力领域。

关键词:信息;消费;产业;信息服务;消费需求;电子商务;商业模式

中图分类号:F490.3 **文献标识码:**A **文章编号:**1673-5420(2014)02-0001-11

在国际经济不景气的大背景下,我国经济的长足发展迫切需要加快建立扩大消费需求的长效机制,推进经济结构的战略性调整。信息消费方便、快捷、成本低廉,对用户具有强大吸引力,同时,由于具有结构层次高、绿色无污染、带动作用强等特点,近年来发展迅速,是各国重点培育的新兴消费热点,也是我国有效扩大内需、促进经济平稳较快发展的重要着力点。研究信息消费,打造经济增长新引擎,将助推江苏经济可持续发展和产业转型。

一、信息消费与时代需求

1. 信息消费需求旺盛

随着信息技术及产品应用普及、消费者信息

消费素质的普遍提高,信息消费已成为新的消费热点,社会产生了对于信息的迫切需求。信息需求是指信息的使用者对信息内容和信息载体的一种期待状态,它对人们的信息活动有着重要的推动作用,是激励人们积极开展信息活动的源泉和动力。截至2013年年底,我国网民规模达6.18亿,互联网普及率为45.8%,手机网民规模自2012年6月超过台式电脑网民数后,到2013年年底达5亿,占总网民数的81%。移动互联进一步增强了信息消费的即时与无处不在的特征,其中,手机即时通信、搜索、微博、视频、网络支付都呈快速增长态势。同时,在云计算、物联网等技术的带动下,中国移动互联网流量近些年急剧增加,过去的18个月,中国移动互联网流量增加了10倍。

收稿日期:2014-04-28

作者简介:杨震,南京邮电大学校长,教授,博士生导师,研究方向:信号与信息处理、通信理论与技术。

黄卫东,教授,博士,研究方向:知识工程、企业运营管理信息系统集成。

基金项目:江苏省经济和信息化委员会招标课题“信息消费促进江苏产业升级战略研究”;江苏省社科基金项目“江苏物联网产业发展路径及产业链培育问题研究”(10GLB004);江苏省高校哲学社会科学重点研究基地重大项目“物联网产业技术路线与商业模式演进研究”(2010JDXM034)

2. 信息消费渐成时尚

信息消费始于信息需求,信息需求是引发信息消费的原动力,是信息消费者的必备要素。在我国,信息消费渐成时尚和热点,据国家统计局统计,2012年末,城镇居民家庭每百户家用电脑拥有量87.03台,比2002年增加了66.43台,增长3.3倍,城镇居民人均交通和通信消费支出从2007年的1357.4元增长到2012年的2455.5元,增长81%。信息消费已是人们随着生活的改善和收入的提高,在满足温饱型的衣食消费后,追求生活质量、提高工作效率的一种必然。

3. 信息消费开拓消费新领域

信息消费不断丰富的内涵开拓了消费新领域。狭义的信息消费以净信息产品和信息服务为消费对象;广义的信息消费还包括与信息收集、保存、传输等有关的产品和服务的消费。同时,信息消费的外延从主体信息化、客体信息化和过程信息化得以拓展。信息消费实质上是信息化的消费主体通过对信息化产品的消费而不断信息化的过程,所消费的产品或服务信息含量不断提高,信息价值的比例也提高,而整个消费过程是智能化、网络化、高速化的,是一个信息化的运作过程。

4. 信息消费带来新的商业模式

信息消费新的特征主要表现为信息性、完整性、参与性、增值性与共享性。信息消费的消费主体是信息化的人,消费对象是信息化的产品或服务,消费过程是信息化的过程。在信息消费过程中,只有通过加工、处理的信息才能产生更大的使用价值。消费的信息化使消费者与生产者共同创新,信息在被消费的过程中具有不断增强和丰富的可能性,同时,它不排除他人也可同样完整地拥有和使用。这些新的特性提供了新的商业机会和模式。

5. 信息消费促进现代产业的大发展

(1)信息消费使得信息技术产业大发展具备了市场条件。技术驱动在信息技术发展的初级阶段是至关重要的,但要使得技术能够有着广阔的市场应用,则需要市场的拉动。伴随着信息消费日益渗透到社会运转中的每一个环节,社会从信息的计算、存取、传输多个角度,全方位立体式地促进了现代信息技术的大发展。

(2)信息消费引致现代信息服务业迅速发展。信息消费使得传统信息服务业转型为现代信息服务业。信息消费对以图书馆业、档案业、新闻出版业等为主体的传统信息服务业提出了转型要求,使得传统的信息服务业以新的姿态呈现在现代服务业体系中。一方面传统产业在信息化的推动下信息消费比重日趋提高,甚至从根本上改变了传统行业的经营形态;另一方面一些以大数据、云计算、空间地理信息服务业等为代表的全新的信息服务业开始出现并将会极大改变今后的产业格局和产业形态。

(3)信息消费业自身不断涌现新热点和发展。信息消费过程中,消费主体涉及居民、企业、政府、中介组织等,呈现出多元化趋势,主体之间不仅仅是单向的关系,而且呈现出双向的信息消费特征,每一个主体既是信息的消费者,也是信息的生产者。信息消费内容也呈现多样化特征,涵盖了技术、经济、市场、企业管理、政府、人才、物资、金融等各个方面,囊括了各种营利和非营利性的信息消费过程,其消费手段的数字化,是以电子计算机和先进的通讯设备为核心展开,消费方式趋于即时化、移动化、便捷化。

二、江苏信息消费水平与特征

从信息消费主体的类型来看,信息消费可以分为政府信息消费、产业信息消费以及居民信息消费。上述三类主体在信息消费过程中是紧密相关的,由于信息消费是双向的,每个主体既是消费主体也是被消费主体。

1. 江苏政府信息消费现状分析

将政府购买支出中含有信息量比较大的相关产品和服务的价值占比相加,以此作为表征政府信息消费水平的指标。我们将信息消费含量比较高的行业的投入作为政府信息消费的构成,共计选取了9个行业的投入占政府全部投入的比重计算政府的广义信息消费系数。选取全国东中西部代表性省份,分析相关兄弟省区的广义信息消费系数。如图1所示,福建、广东、上海、浙江等地区的广义信息消费系数较高,而江苏信息消费系数只有0.29,低于上述省份。江苏省政府

信息消费处于全国中上游,相比经济发展水平排名偏低。

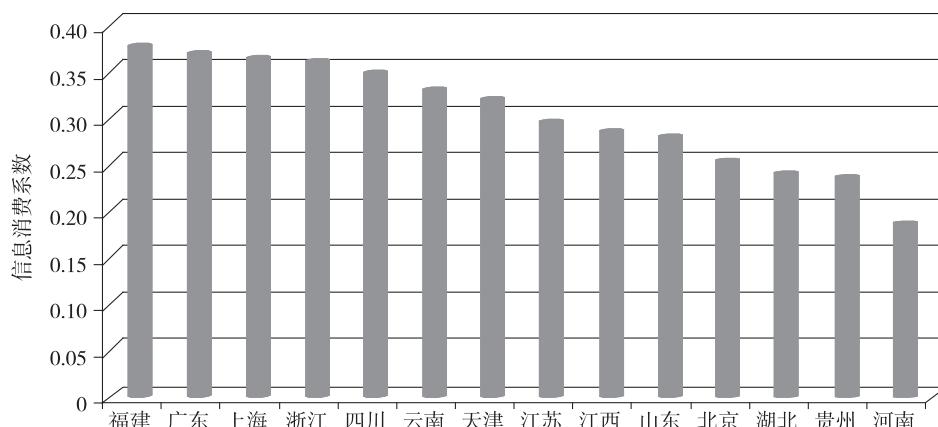


图1 主要省份广义政府信息消费系数

2. 江苏产业信息消费水平分析

江苏不同产业信息消费水平不同,第一、第二产业信息消费系数较低,而第三产业的信息消费系数较高。企业信息消费有其特殊性,不同的行业生产特点不一样,那么信息消费的水平也不一样,因而我们从行业的角度对江苏的企业信息消费水平进行分析。参照政府部门信息消费水平的核算方法,我们计算出了江苏的分产业信息消费系数。全省的信息消费系数的平均值为0.215,其中信息消费水平比较高的行业主要集中在其行业信息含量比较高的行业。从三次产业类型上看,第三产业的信息消费系数较高,说明信息在这些行业是一种非常重要的生产要素,而第一产业和第二产业中,信息消费系数较低。需要说明的是,由于行业性质不同,每个行业都有一个最合适的信息消费水平,因而第二产业信

息消费系数虽然从数值上来看低于第三产业水平,并不能说明制造业的信息消费水平落后。

为了对比分析江苏的分产业信息消费水平的高低,我们选取了上海、浙江、广东、福建四个省份作为对比分析对象,根据各省的投入产出表,从分产业的角度分别计算了相关省份的产业信息消费系数。从平均水平来看,江苏总体的产业信息消费水平在五省中处于第三位,位于广东和上海之后,说明总体而言江苏信息消费水平还是比较靠前的。但从分行业来看,五省全部41个行业中,广东有10个行业信息消费水平最高,浙江有5个,福建有11个,上海有15个,所有行业中江苏没有一个行业信息消费水平居首。从平均水平和分行业的水平对比来看,我们发现江苏产业的信息消费水平发展比较平均,与兄弟省份相比信息消费水平没有非常冒尖的行业。

表1 五省广义信息消费系数一览表

	江苏	广东	浙江	福建	上海
通信设备、计算机及其他电子设备制造业	0.662	0.768	0.534	0.556	0.666
仪器仪表及文化、办公用机械制造业	0.481	0.593	0.252	0.479	0.508
信息传输、计算机服务和软件业	0.398	0.570	0.566	0.452	0.391
造纸印刷及文教体育用品制造业	0.366	0.501	0.491	0.510	0.433
综合技术服务业	0.349	0.640	0.297	0.700	0.461
教育	0.293	0.169	0.234	0.360	0.252
租赁和商务服务业	0.277	0.062	0.091	0.292	0.280
文化、体育和娱乐业	0.244	0.478	0.390	0.304	0.238
研究与试验发展业	0.238	0.455	0.096	0.314	0.481
金融业	0.222	0.194	0.330	0.241	0.300

续表 1

	江苏	广东	浙江	福建	上海
邮政业	0.183	0.275	0.307	0.212	0.214
水利、环境和公共设施管理业	0.180	0.369	0.155	0.126	0.168
居民服务和其他服务业	0.147	0.191	0.115	0.226	0.279
水的生产和供应业	0.143	0.118	0.187	0.110	0.088
批发和零售业	0.120	0.168	0.061	0.118	0.164
房地产业	0.111	0.188	0.215	0.236	0.169
电气机械及器材制造业	0.085	0.136	0.072	0.188	0.153
石油和天然气开采业	0.082	0.036	0.000	0.000	0.243
卫生、社会保障和社会福利业	0.067	0.107	0.052	0.080	0.083
电力、热力的生产和供应业	0.058	0.007	0.014	0.022	0.075
通用、专用设备制造业	0.056	0.126	0.053	0.084	0.081
煤炭开采和洗选业	0.052	0.000	0.023	0.076	0.000
交通运输设备制造业	0.051	0.041	0.035	0.070	0.123
工艺品及其他制造业	0.047	0.044	0.065	0.053	0.079
建筑业	0.046	0.075	0.023	0.096	0.063
非金属矿物制品业	0.045	0.044	0.025	0.042	0.075
非金属矿及其他矿采选业	0.045	0.026	0.066	0.045	0.000
农林牧渔业	0.038	0.035	0.065	0.025	0.038
交通运输及仓储业	0.037	0.113	0.044	0.081	0.022
纺织服装鞋帽皮革羽绒及其制品业	0.035	0.026	0.031	0.052	0.087
化学工业	0.033	0.051	0.029	0.033	0.050
食品制造及烟草加工业	0.032	0.031	0.036	0.024	0.056
金属矿采选业	0.030	0.030	0.031	0.065	0.000
木材加工及家具制造业	0.030	0.042	0.028	0.041	0.086
住宿和餐饮业	0.026	0.030	0.043	0.022	0.059
金属制品业	0.023	0.067	0.028	0.018	0.076
纺织业	0.021	0.021	0.020	0.011	0.069
燃气生产和供应业	0.018	0.007	0.003	0.044	0.047
金属冶炼及压延加工业	0.017	0.009	0.009	0.009	0.060
石油加工、炼焦及核燃料加工业	0.011	0.008	0.004	0.052	0.044
废品废料	0.006	0.008	0.008	0.033	0.009
平均	0.136	0.242	0.081	0.129	0.219

注:表中数据根据各省的《投入产出表 2007》计算得出

3. 江苏居民信息消费水平分析

总体来说,近年来江苏居民信息消费水平不断

提高,但城乡差别明显。从信息消费系数上看,2000—2011 年江苏城乡居民信息消费系数都有明

显提高。城镇居民信息消费系数由2000年的0.255增加到2011年的0.353,农村居民信息消费系数由2000年的0.237增加到2011年的0.315,城镇总增幅高于农村。从系数值来看,城乡差别也非常明显,2011年城镇居民信息消费系数为0.353,农村为0.315,城镇高于农村超过10个百分点。



图2 2000—2011年江苏城乡居民信息消费系数趋势图

注:信息消费系数=信息消费支出/消费支出总额
数据来源于历年江苏统计年鉴

为了对比分析江苏的居民信息消费水平在全国的地位,我们选取了广东、浙江和山东作为对比对象,计算了包括江苏在内的四省近五年来的居民信息消费系数。近五年来四省的居民信息消费系数基本上呈现先下降后上升的趋势,究其原因,可能与2007年年底爆发的经济危机有关。统计数据显示,2011年江苏居民信息消费系数落后于广东和浙江,全国排名第七,这与江苏经济在全国的地位不一致。

表2 主要省份居民信息消费系数对比

年份	2007	2008	2009	2010	2011
江苏省	0.35	0.33	0.34	0.34	0.35
广东省	0.43	0.38	0.39	0.36	0.38
浙江省	0.39	0.36	0.39	0.40	0.38
山东省	0.33	0.32	0.33	0.34	0.34

注:数据来源于各省统计年鉴

4. 江苏信息消费的制约因素

(1)信息服务供给的综合创新力度不足。这是制约扩大信息消费的主要因素之一。信息服务供给是信息消费的基础,江苏信息服务供

给不足,主要表现为信息资源的开发利用不足,信息产品和信息服务的创新不足。如:在网页、SNS、微博等网络信息资源大规模涌现的同时,以报纸、书籍、广播、电视为代表的传统信息资源的改造利用不足,以科教文卫等行业为代表的社会性公共信息资源的开发利用不足,贴近“三农”需求的信息资源开发和服务不够。信息化产品和信息化应用涵盖政府、企业、家庭和个人,渗透到农业、金融业、旅游业、制造业等各行各业中,包括各种传统应用的升级改造和新应用的开发。要满足个性化的、多样化的、复杂的信息化需求,原先基于技术驱动的产品和服务创新能力显得越来越不适应社会发展需要。

(2)信息服务的有效需求不足。总体来说,信息服务的初级应用多,集成应用、深入应用少,信息终端的普及率不高(苏中、苏北普及率低于全国平均水平),促进信息消费增长的环境建设如平均受教育水平、信息化技能、信息安全等有待加强,针对城郊居民、农村居民的信息消费市场仍有待进一步开发等。信息消费需求不足表现为信息需求差异化明显,苏南苏北信息消费需求不同步,城乡信息消费不同步,信息终端消费普及不同步,信息消费素养不同步。我省苏南、苏中、苏北信息消费存在梯次差距,城市和农村地区差距明显。2010年,我省苏南地区信息化基础设施指数为90,苏中指数为63,苏北指数为54,其中宿迁市指数比苏州市低45.1个百分点。同时我省农村地区信息网络发展情况、信息终端普及水平、公共信息服务平台建设以及信息化基础设施管理工作等方面与城市地区差距十分显著,2011年城镇居民人均信息消费为5 920.16元,农村居民人均信息消费为2 425.10元,相差3 495.06元,农村居民人均信息消费为城镇居民人均信息消费的40.9%。

三、江苏信息消费与产业发展的机制研究

1. 信息产品消费能显著拉动江苏经济增长

影响力系数是反映国民经济某一部门增加一个单位最终使用时,对国民经济各部门所产

生的需求波及程度。当某一部门影响力系数大于(小于)1时,表示该部门的生产对其他部门所产生的波及影响程度高于(低于)社会平均影响水平(即各部门所产生的波及影响的平均值)。影响力系数越大,该部门对其他部门的拉动作用越大。以通信设备、计算机及其他电子设备制造业为代表的信息产品行业对江苏的产业带动作用在江苏的所有产业中位于第2位,其影响力系数为1.30,仅次于金属制品业,表明信息产品的消费在江苏经济增长中处于举足轻重的地位,能够显著拉动其他部门的生产。江苏产业影响力系数详见图3:

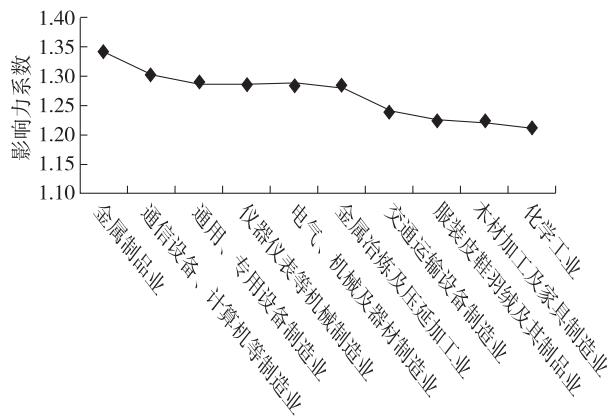


图3 江苏产业影响力系数

2. 信息服务消费对江苏经济拉动力较小

服务业对于江苏经济的影响力系数较低,大部分低于1,以信息传输、计算机服务和软件业等为代表的信息服务业的影响力系数只有0.83,在全省42个产业部门分类中排名第33位。江苏服务业影响力排名详见图4:

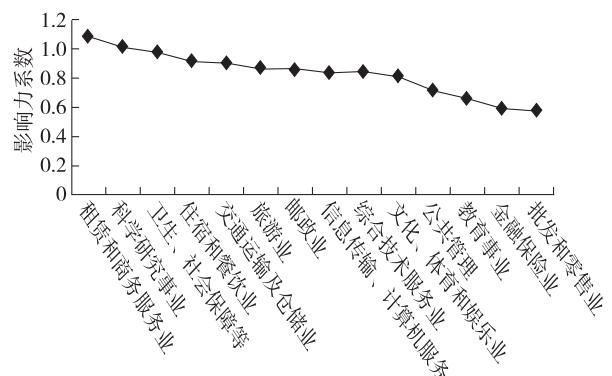


图4 江苏服务业影响力排名

3. 信息产品制造业对于江苏经济增长的推动力较高

感应度系数是反映当国民经济各个部门均增加一个单位最终使用时,某一部门由此而受到的需求感应程度,也就是需要该部门为其他部门的生产而提供的产出量。当某一部门感应度系数大于(小于)1时,表示该部门的感应程度高于(低于)社会平均感应度水平(即各部门的感应程度的平均值)。感应度系数越大,说明该部门对国民经济的推动作用越大。感应度系数越大的部门就越具有基础产业和瓶颈产业的属性。对江苏经济增长推动作用最强的行业中,金属、化工、电力、石油等,大多集中在原材料、能源和运输部门等基础产业和传统的加工制造业部门,其产品大多具有中间产品的性质,而信息产品行业兼具中间产品和最终产品性质,其产业感应力系数为1.7,即信息产品行业对于江苏经济增长的推动力是社会平均水平的1.7倍。江苏产业感应度系数排名前10情况见图5:

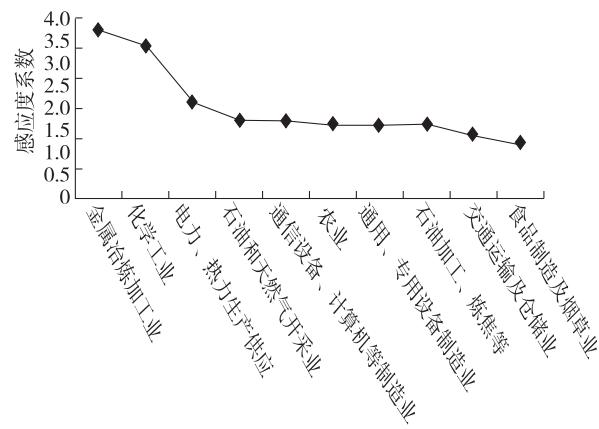


图5 江苏产业感应度系数前10

4. 信息服务业对于江苏经济增长的推动力较低,提升空间较大

服务业对江苏经济的推动作用普遍较低,大部分的产业感应度系数低于1,其中金融保险行业和批发零售业的感应度系数高于1,表明这些产业在江苏经济中处于基础性的地位,而信息服务业的感应度系数只有0.58,表明信息服务业对于江苏经济的推动力低于全社会平均水平。江苏各类服务产业的经济推动作用情况详

见图6:

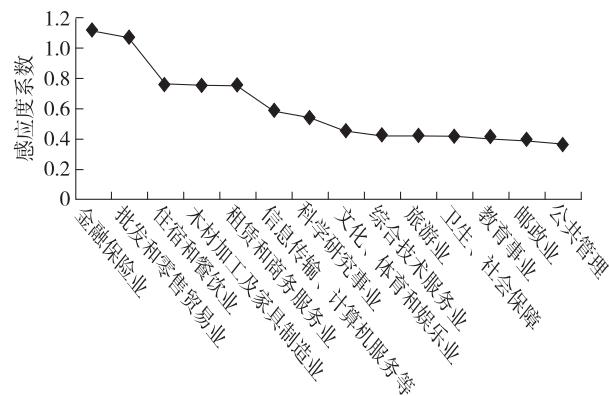


图6 江苏各类服务产业的经济推动作用

关联交叉分析显示,需要重视信息产品及其制造行业对江苏经济的影响,同时加强信息服务行业对江苏经济的影响。根据影响力系数和感应度系数对各部门进行分类,以社会平均值1.0为界,可以将“影响力系数—感应度系数”分割为四个象限,分布情况如下:处于第一象限的部门为影响力系数和感应度系数都大于1的部门,这些部门具有强辐射和强制约的双重性质,江苏的信息产品制造行业处于该位置,表明信息产品制造行业既对江苏经济有着重要的拉动作用,也有着重要的推动作用,是江苏的基础性产业。同样处于第一象限的还有金属冶炼、化工、石油加工等资源性产业。信息服务业处于第三象限,这一部门为影响力系数与感应度系数均低于社会平均水平的部门,其辐射力和制约力都比较弱,说明尚未得到充分发展,仍然滞后于其他产业,还没能起到应有的作用。

四、江苏信息消费促进产业发展的战略措施

随着信息技术及产品应用普及、消费者信息消费素质的普遍提高,信息消费已成为新的消费热点。大力促进信息消费,对于扩大消费需求,促进消费结构优化升级,拉动信息产业、现代服务业和文化创意产业融合发展具有重大意义。江苏作为经济发达省份,必须牢牢抓住新的发展机遇,深入研究信息消费的发展趋势

和发展规律,超前谋划信息消费带动产业发展的前瞻性对策,为稳增长、调结构、促转型做出贡献。

江苏信息消费促进产业发展的总体战略是:抓实三大创新,推动三大建设,促进三大产业发展。抓实三大创新是指抓实终端融合产品创新、抓实商业模式创新、抓好制度创新;推动三大建设是指大力推动新一代信息基础设施建设、大力推动公共服务信息交换平台建设、大力推进信息消费环境建设;促进三大产业发展是指促进新一代信息技术产业发展、促进现代信息服务业发展、促进文化产业发展。

1. 引导信息消费热点,推进信息产品融合创新

引导信息消费热点是指江苏要在全国信息消费领域成为领跑者。要充分利用江苏经济在全国中的领先地位和传统优势,优先和重点培育潜在信息消费热点,使信息产品融合创新成为经济增长的推进剂。

(1) 大力发展智能终端制造业,特别是TD等拥有自主知识产权的芯片、手机和其他各类智能终端。给予自主创新的终端生产企业一定的政策扶持和财税减免,并通过多项金融财税政策帮扶有竞争力的中小企业发展壮大。发展面向各类智能移动终端的应用处理器芯片,研发包括FDD-LTE、TD-LTE等在内的终端基带和射频商用芯片,实现在通信核心芯片领域的突破。积极推动固定终端和移动智能终端支持IPv6,推动终端制造业与内容服务业融合发展,提升移动智能终端、平板电视全产业链竞争力。

(2) 促进智能终端在农村的普及推广。将智能终端纳入家电下乡范围,以优惠政策刺激农村居民的潜在需求。鼓励电信运营企业面向农村研究制定倾斜政策,降低农村通信和服务资费,引导设备厂商开发适农实用智能终端。充分发挥江苏信息制造业基地的优势,推出新颖、个性的电子产品以造成新的市场效应刺激需求。在农村综合信息服务平台建设中,积极推进智能终端普及和应用,逐步实现基于移动智能终端的涉农政务在线服务。充分利用网络社区、网络博客、即时通讯等多种形式,使广大农民、涉农组织和企业等用户可以通过计算机、

触摸屏、固定电话、移动终端、有线电视、信息机等终端访问综合平台,逐步实现“一门式、一站式”服务。

(3)依托新兴的信息消费热点,推动基于智能终端的服务应用。一是推进移动数字化视听产业发展,增强信息内容的适用性、可用性、移动性和方便性,加快发展数字电视和数字家庭产业。二是大力发展基于智能终端的移动信息内容服务。凭借文化大省的智力资源优势,积极发展电子图书馆、电子书库、统计数据库等信息内容服务业,提高居民的文化消费水平。三是推动LBS与本地服务的结合,提供更多便民服务,实现便民服务业的信息化。重点推动交通、旅游、住宿、餐饮、游戏、娱乐、数字内容、数据库等新兴消费热点,结合LBS位置服务,打造新兴的便民服务业和现代信息服务业总部经济。

2. 鼓励商业服务模式创新,促进现代信息服务业发展

(1)利用江苏省软件和服务业的资源与人才优势,打造信息服务业总部经济。合理布局企业总部集群,打造总部经济园区,制定具有吸引力的产业政策和财政税收政策,通过“总部—服务”功能链条辐射带动信息产业、现代服务、电子商务和物流所在区域的发展,由此形成不同区域分工协作、资源优化配置的经济形态,带来消费效应、就业效应、社会资本效应和产业乘数效应,提高服务质量。

(2)重视消费信息需求的挖掘,积极培育和拓展各类消费信息服务产业。消费信息是有关消费需求、消费结构和消费水平状况及其变动趋势的相关情报、消息、数据、资料等的总称。消费信息服务产业在于通过提供上述信息,满足居民和社会对于交通、通信、水电、天气、活动、办事、医疗、金融、商讯等多方面的日常实用消费信息需求,通过及时、准确、实用的资讯信息,促进消费市场中买卖双方的沟通,保障和加强市场的资源配置能力。重点推动特定行业的消费信息服务。特定行业的消费信息服务正在初步形成,主要集中于餐饮、交通、购物、娱乐等方面,以这些行业为突破口,逐步完善大型的消费信息数据库和软件应用,推进移动信息终端的不断普及,抓

住机遇建立全国性的消费信息服务平台。

(3)注重移动商务与金融业的融合创新,推进本地化移动支付服务。移动支付作为移动商务与金融业的交叉结合点,为金融业的发展带来了新的机遇,目前银行卡消费额占社会消费品零售总额的比重近30%。要积极推动江苏地方银行和支付机构的移动支付和移动金融业务,开展长三角电子CA证书交叉互认,推进长三角地区电子贸易发展。

(4)推进软件和服务外包业高端化集约化,提升面向应用的支撑能力。坚持以系统带动整机和软硬件应用、以应用带动产业发展,加强核心基础软件开发,积极培育基于下一代信息网络的新兴软件服务业态,促进软件及信息服务业做强做大。实施软件产业“双倍增”计划,加快规模化发展步伐,形成一批骨干企业和知名品牌。支持具有自主知识产权的基础软件、嵌入式软件、应用软件及中间件产业化,确保在电力、电信、智能交通、信息安全、办公软件等领域继续保持优势。应加快建设南京“中国软件名城”、苏州嵌入式软件产业基地、无锡集成电路设计产业化基地、常州动漫游戏产业化基地,加快打造沪宁线软件产业密集带,促进软件园区建设,与城市发展形成优势互补。积极拓展软件外包市场,增强“江苏软件外包联盟”的服务功能,提升“江苏外包”品牌知名度,设立重点外包企业海外设立分支机构。在园区建设方面,可建立5~8个特色明显的软件示范园,以进一步整合资源。

(5)大力推进生产性服务业发展。以生产性服务业为重点,加快推进服务业信息化,深化信息技术在服务业各领域应用,积极培育新型服务业态,推动现代服务业发展。加快信息技术应用与传统物流业的融合创新,促进运输、仓储、快递等物流资源共享。积极探索推进电子商务、移动商务应用。积极推动面向全社会的信用服务、网上支付、物流配送等支撑体系建设,优化服务业信息化发展环境。

(6)推动数字内容产业发展,发挥动漫基地优势。以数字内容、动漫产业为重点,做大做强新兴网络文化产业,着力打造一批以凤凰传媒集团、常州动漫基地等为代表的大型骨干文化企业。加强网络文化产业集聚发展,加快培育富有

活力、形态多样的产业集群。积极推动数字电视、数字出版、手机等新型业务快速发展。完善公共文化信息基础设施,加强文化信息资源的开发利用和共享。加强互联网文化建设与管理,规范网络传播秩序,全面建设积极健康的网络文化,促进有江苏地方特色的网络文化和先进文化的繁荣和发展。

3. 依托信息技术优势领域,大力发展信息消费基础产业

通过政策完善和制度创新,进一步聚焦新一代信息基础产业优势领域,利用自身在经济发展、地域位置、产业结构、人才储备、市场培育、支撑体系等的特色和优势,立足具有优势条件的新一代信息基础产业,推动特色信息消费产业做大做强。

(1) 抓住江苏省物联网产业发展和应用起步良好的契机,发挥先发优势,打造典型物联网应用。江苏物联网产业占全国44%的市场份额,要抓紧将江苏打造成为具有全球影响力的物联网技术创新中心、产业基地和应用示范中心,形成全省产业发展的空间布局和功能定位,培育年销售额超过100亿元的物联网企业5家以上,孵化一大批具备较强竞争力的创新型中小企业,使物联网产业尽快成为支撑我省创新型经济发展的新兴产业。开展物联网领域重大技术攻关,努力打造核心技术研发制高点。积极开展与国外物联网研发机构的合作,加大物联网人才的培养和引进力度。重点建设智慧工业、智能农业、智能物流和智能电网等示范工程,推进物联网在智能交通、环境保护、公共安全、工业监测、健康保健等领域的普及应用。驱动技术创新,制定相关行业物联网标准,为物联网的应用推广创造良好的技术条件和外部环境。

(2) 夯实云计算基地的发展基础,利用云计算平台优势,打造特色云应用。推进江苏云计算平台建设,促进核心技术研发,加强重点领域应用和智能云终端研制,培育年销售额超过10亿元的国内知名云计算领军企业5家以上,年销售额超过5亿元的物联网企业15家以上,孵化一大批具备较强竞争力的创新型中小企业。加强虚拟化、分布式计算、海量数据存储与管理、云安全等核心关键技术的研发。加强云计算资源管

理和调度研究,重点研发身份认证、数据备份、云计算基础设施防护等技术,提高云服务的易用性、可用性、稳定性和安全性。研究和制定云安全的等级保护制度,建立和引进安全评测、电子认证机构,建立江苏省云计算服务商等级认定与评级制度,提高云计算服务商的服务水平。积极与国内外云计算领先机构和跨国公司开展合作,扩大该产业的国际影响力。鼓励江苏省云计算企业面向全国提供高质量的基础设施服务和成熟解决方案,提高江苏云计算技术和服务企业的品牌影响力。注重培养和外部引进相结合,加大云计算人才的培养和引进力度,定向培养云计算相关人才。面向云计算的关键技术领域引进国内外高端人才,积极引进具有云计算平台建设和运营经验的高端管理和市场人才。紧密结合江苏省各地经济发展现状和特点,充分发挥区域优势,统一规划、统一部署、科学分工,加快建设云推广应用工程。以行业需求引领江苏省云计算的全面发展和应用落地,充分发挥云计算在各行业“降本增效”的优势,以更先进的技术提升信息产业发展水平,以更高层次的信息化带动促进工业化,推动江苏省经济结构的升级和优化。

4. 实现电子商务重点突破,发展有基础支撑的潜力领域

(1) 打造龙头企业,凝聚电子商务总部经济。依托“中国制造网”、“苏宁电器”等本地电子商务品牌,积极打造总部经济,培育一批在全国具有重要影响力的面向不同行业、区域和消费者的行业电子商务服务平台。积极推进电子商务的工业应用,重点推进工业企业重要信息系统应用、电子商务应用、生产装备信息技术应用以及工业园区信息化应用建设,同时加快建设电子商务交易、支付和配送枢纽,吸引电子商务服务企业在江苏集聚,进而带动其他相关产业如电子支付和结算、物流等行业的发展,形成明显的总部经济特色。

(2) 大力推进专业化B2B型电商平台的建设。积极推动江苏省内企业依托产业链合作优势和江苏的区位、经济优势,打造专门化的电子商务平台。积极发展电子商务,完善面向中小企业的电子商务服务,推动面向全社会的信用服务、网上支付、物流配送等支撑体系建设。

(3) 推动企业级软件应用的成熟,促进移动电子商务的快速发展。企业应用的快速发展,将会成为推动移动电子商务的主要力量之一。重点推动大型企业网上采购和销售的比重提升,推进企业的电子商务向与研发设计、生产制造和经营管理等业务集成协同的方向发展。推动旅游、商贸、宾馆、餐饮、房产、娱乐等生活性服务业普遍实行信息化、智能化管理,引导电子商务应用软件与现有信息系统的融合。

(4) 推动行业应用,繁荣移动电子商务市场。重点推进移动电子商务在农业生产流通、企业管理、安全生产、环保监控、物流和旅游服务等方面的试点应用。加强移动智能终端、智能卡和芯片、读卡机具和安全管理等关键共性技术的自主研发。支持运营企业建立安全可信的多应用管理平台。推动近距离通信(NFC)、机器到机器(M2M)等技术标准的制定和应用。面向不同的行业应用,协调制定行业技术标准和业务规范。推动移动支付国家标准的制定和普及。推动移动电子商务产业链和各应用领域的相关主体加强合作,加快商业模式创新和社会化协作机制创新。

(5) 大力推进电子商务运营服务。首先通过资金支持,促进电子商务服务业的基础设施建设、网点铺设和基础运营等大规模化发展,吸引海量电子商务用户向电子商务应用和服务平台集中,拓展认证、信用物流和电子支付等支撑体系和相关产业。其次推进电子商务运营服务业集聚区建设,通过园区建设使众多电子商务交易主体企业可以方便、快捷地得到多种专业服务。最后,推动职业教育学院和高等院校、社会培训机构等加强对电子商务运营服务业人才的培养。

参考文献:

- [1] 沙勇忠,刘焕成. 信息环境演化对信息消费的影响[J]. 情报科学,2001(12):1310-1313.

- [2] 王秋文,郑建明. 江苏省网络信息消费水平测度研究[J]. 情报科学,2014(3):102-106.
- [3] 徐海彪,王怡川. 浙江省地区信息化发展指数报告[J]. 统计科学与实践,2012(4):12-14.
- [4] 章学周. 江苏省城乡居民网络信息消费水平研究[J]. 信息化研究,2012(3):5-9.
- [5] 许丹,章学周. 江苏省城乡居民网络信息消费水平研究[J]. 现代情报,2012(6):58-63.
- [6] GLEICK J. The information: A history, a theory, a flood [M]. UK: Harper Collins, 2011.
- [7] 邓碧侠. 信息消费的影响因素研究[J]. 情报探索,2012(2):30-32.
- [8] 谢康,肖静华,周先波,等. 中国工业化与信息化融合质量:理论与实证[J]. 经济研究,2012(1):4-16.
- [9] 赵付春. 我国信息消费构成、影响和发展重点研究[J]. 社会科学,2014(1):64-73.
- [10] 陈玉和. 我国信息要素与经济增长关系的区域差异性分析——基于中国2001~2012年Panel Data的经验分析[J]. 工业技术经济,2013(12):96-100.
- [11] 梁达. 信息消费有望成为消费新热点[J]. 宏观经济管理,2012(2):31-32.
- [12] 马哲明,李永和. 我国农村居民信息消费与其收入关系研究[J]. 情报科学,2011(11):1701-1704.
- [13] 工业和信息化部信息化推进司,国家统计局统计科学研究所. 中国信息化发展指数统计监测年度报告(2011)[M]. 北京:中国发展出版社, 2011.
- [14] 汪卫霞. 我国居民信息消费核算及其特征分析[J]. 情报理论与实践,2010(8):47-51.
- [15] 王林林,黄卫东. 中国城镇居民信息消费结构研究[J]. 现代情报,2010(11):8-11.
- [16] 肖艳,马哲明. 消费主体对信息消费的影响分析[J]. 情报科学,2009(7):992-994.
- [17] 马哲明,靖继鹏. 我国城镇居民信息消费与收入关系研究[J]. 图书情报工作,2009(20):98-101.
- [18] 王子敏,黄卫东. 江苏城乡居民信息消费关系实证研究[J]. 南京邮电大学学报:社会科学版,2013(4):38-44.
- [18] 郑英隆,王勇. 我国居民信息消费差异成长的影响因素研究[J]. 广东商学院学报,2009(1):61-67.
- [19] 杨京英,杨红军. 2007年中外信息化发展指数(IDI)研究报告[J]. 统计研究,2008(1):25-29.

Strategy research on information consumption for the promotion of industrial development in Jiangsu Province

YANG Zhen¹, HUANG Weidong²

(1. President's Office, Nanjing University of Posts and Telecommunications, Nanjing 210023, China
2. Social Sciences Division, Nanjing University of Posts and Telecommunications, Nanjing 210023, China)

Abstract: Information consumption with its high structure level, free pollution and strong leading functions serves as an important stimulus to effectively expand domestic demand and promote a steady and fast development of economy in China. But the information consumption in Jiangsu Province is of a relatively low level, whether in terms of the consumptions by the government, the industries or the residents, which does not correspond with its economic development, and can be attributed to the deficiency of comprehensive innovation of information suppliers and lack of effective demand for information service. To promote the industrial development by means of information consumption in Jiangsu Province, this paper puts forward the following solutions: firstly, it should lead the hot issues for information consumption and accelerate the integration and innovation of information products; secondly, it should encourage innovation of business service modes and develop modern service industry; thirdly, it should make use of its advantageous areas of information technology and vigorously develop the basic industry for information consumption; and finally, it should achieve major breakthroughs in e-commerce and expand those potential areas with basic support.

Key words: information; consumption; industry; information service; consumption demand; e-commerce; business mode

(责任编辑:刘 云)

· 简讯 ·

我校 10 个项目获得 2014 年度国家社会科学基金立项

在 2014 年国家社科基金项目评审中,南京邮电大学共有 10 个项目获得批准立项,其中,年度项目 9 项,青年项目 1 项,立项总数在江苏省高校中排名并列第六,在省属高校中排名并列第四。