

培育信息消费 各国看点



信息消费具有结构层次高、绿色无污染、带动作用强的特点,已经成为近年来各国重点培育的新兴消费热点。随着智能终端和宽带网络的日益普及,信息消费呈现爆炸式增长态势,在各国经济发展中发挥着积极促进作用

新加坡

“智慧国”目标宏大

本报驻新加坡记者 陶杰

新加坡资讯通信行业的发展已经在国际上获得广泛的认可与瞩目,在全球和地区排名中也屡屡名列前茅。新加坡曾四度蝉联早稻田大学国际电子政务排名冠军;三度排名《世界经济论坛全球IT报告》网络准备能力指数全球第二;二度获得英士国际商学院及世界知识产权组织“全球创新指数”的季军。

新加坡政府于2006年推出了一个为期10年的“智慧国2015”规划。通过对基础设施、产业发展与人才培养,以及利用资讯通信产业进行经济部门转型等多方面的战略规划,力争把新加坡建设成为一个由资讯通信所驱动的智能国度,和一个全球化的大都市。该计划同时也描绘了资讯通信将如何改变人们的生活、工作、学习以及交流的方式等。

如今新加坡的“智慧国2015”规划正稳步地向前推进,成效非常显著。数据显示,2011年新加坡的资讯通信行业产值比上年增长18.5%,达到834亿新元;产业人才由14.13万人增至14.29万人;居民家庭宽带网的普及率从82%升至85%;手机的普及率从144%增至150%。

新加坡手机的3G服务早已覆盖全岛,并计划到2016年将全面被4G服务所替代。新一代宽带网络也早已覆盖新加坡95%的房屋和建筑,截至2012年9月,其用户数量已经超过22万户。为了加快资讯通信投资发展的步伐,新加坡政府不断地加大投资力度,专项投资12亿新元用于发展资讯通信项目,其中约80%的项目金额在300万新元以下,专为当地的中小型企业提供商机。另外,政府还投入4600万新元,以推动软件开发、系统集成及资讯科技咨询从劳动密集型领域向以产品或云计算为主的商业模式转型。

为了实现新加坡本地空运货品程序向“无纸化”迈进的目标,新加坡资讯通信管理局联合新加坡民航局,共同发起了新加坡电子空运计划,以电子数据取代传统纸张。同时,他们还携手新加坡教育部推出第三代未来教室项目,以打造一个融合动力学、4D沉浸技术、语义搜索以及学习分析等20多种新技术在内的智能教室空间。名为“未来学校”的项目也在稳步推进中,几家参与项目的学校将把人工智能以及自动在线系统等创新技术应用在教学过程中。另外,新加坡还将于今年8月正式启用全国性近无线通信系统,届时凡持有相关功能手机的用户都可以在购物或打车时使用该系统,使用者无需携带各类支付卡或现金,手机就是钱包,该系统明年有望延伸至新加坡的公共交通系统。目前,新加坡资讯通信管理局正在向相关利益群体推出居家办公及智能办公中心合作计划,以探讨打造居家办公环境或者智能办公中心的可能性。

新加坡之所以能在信息通信领域取得如此非凡的成果,并不仅仅取决于“智慧国2015”规划。其实早在20世纪80年代初,新加坡政府就推出了“国家计算机化”的5年规划;此后,新加坡政府又于1986年至1991年推出了“国家信息技术计划”;于1992年至1999年推出了“信息技术2000年计划”,提出了将新加坡建成民众可在任何时候、任何地点获得信息技术服务的“智慧岛”。而从2000年至2006年,新加坡政府则又推出了“互联新加坡计划”。可以说,在提出“智慧国2015”计划时,新加坡已经拥有了比较发达的资讯通信设施,所有这些都为“智慧国2015”规划的实现奠定了坚实的基础。

俄罗斯 网络消费方兴未艾

本报驻莫斯科记者 廖伟径

随着信息技术的飞速发展,消费者足不出户就可以依托电脑、手机等信息平台,便捷安全地完成网络购物、网上缴费等消费,这种“时尚”方式也越来越受俄罗斯民众青睐。

业内人士认为,2008年至2012年是俄罗斯网络消费的高速发展期,根据普华永道公司的统计数据,俄网络消费总额从2008年的35亿美元增长至2012年的104亿美元。对于未来俄网络消费市场的前景,全球著名咨询分析公司麦肯锡公司更是乐观预测,到2014年俄罗斯市场网络消费总额将达250亿美元。

市场专家表示,网络消费的增长动力主要源于互联网技术的快速普及,而俄罗斯的互联网普及率已领先于世界其他主要经济体。目前,俄罗斯拥有超过6000万网民,其网民人数在欧洲位居第一,并且保持着将近20%的年增长率。据估计,到2014年俄罗斯网民人数将达到8000万人,而到2016年将达到1亿人。随着电子和网络技术的发展,平板电脑和智能手机使网络消费日趋便捷化。根据俄罗斯电子通讯协会的数据,俄罗斯有三分之一的互联网用户通过移动终端上网,有1100万用户每天使用移动数据传输服务,消费者在咖啡馆、公交车站等地就可以通过移动网络轻松完成网上交易。

网络消费必须依托便捷高效的信息平台,以及快速安全的支付系统。目前,俄罗斯互联网基础设施建设已经得到显著改善,联合国对各国电子政务的排名就是最有力的证明,2011年俄罗斯在联合国全球电子政务发展排行榜中已快速升至第27位。尤其值得关注的是,近年来俄在移动网络技术领域的发展非常迅速。早在2007年,俄罗斯最大的三家移动通信运营商就获得了政府颁发的3G牌照,并于2008年开始在全俄范围内提供3G服务。2012年,诺基亚西门子通信公司携手俄通信运营商MTS在莫斯科市推出俄首个4G网络,提供的宽带服务速度可达100M,而今年4G网络业务将在俄大范围铺开。在网上支付系统建设方面,俄罗斯最大的网络支付平台QIWI于2012年11月宣布与Visa合作,将Visa预付卡与电子钱包结合在一起,可由QIWI的合作银行签发,极大地方便了网络消费者。为了适应中俄两国电子商务快速发展的需求,QIWI于2012年与中国阿里巴巴公司签署了战略合作协议,至此俄罗斯消费者可以借助QIWI旗下的第三方支付工具QIWI Wallet在阿里巴巴的平台上购买中国产品。

除了网络购物外,俄罗斯民众也越来越愿意通过网络完成公用事业费用的缴纳。目前,俄居民可以通过网上银行、电子支付系统WebMoney以及各大门户网站推出的缴费业务,安全可靠地完成水、电、供暖等公用事业费用的缴纳。据估计,至2015年俄罗斯通过网络完成公用事业费用缴纳的民众将达40%。

专家们认为,俄罗斯在未来几年可能会成为全球最具活力的网络消费市场之一,但是,尽管近年来俄罗斯网络消费保持了蓬勃的发展势头,但是仍属于起步阶段,特别是与美国、中国等网络消费大国相比差距依然比较明显:一方面,俄罗斯的物流配送行业发展并不尽如人意,难以满足网络消费发展的需求,尤其是急需完善交通运输、物流仓储等基础设施的开发建设;另一方面,网络消费的地域发展不平衡,目前俄罗斯50%的网络消费业务是产生于莫斯科和圣彼得堡,其他城市民众对网络消费的接受程度难以与之相提并论。



韩国 信息消费报经济晴雨

本报驻首尔记者 杨明

据韩国统计厅近日发布的《2012年电子商务和网络购物动向》报告,去年韩国电子商务交易额同比增长14.5%,达到1144.7万亿韩元,比2007年的516.5万亿韩元交易额,5年交易规模翻番。而据韩国央行数据,韩国2012年扣除物价变动等因素的实际GDP为1103.46万亿韩元,也就是说韩国去年的电子商务交易额已超过实际GDP。在网络购物方面,2012年交易额达32.35万亿韩元,比2007年的15.77万亿韩元也翻了一番,在整个零售行业中占比首次突破10%,达到10.5%,而且这一比重有迅速增加的趋势,网络购物越来越成为零售行业不可忽视的力量。

移动支付卡也正在动摇传统信用卡地位。移动支付卡的发展得益于智能手机的普及。在智能手机刚问世的时候,韩国金融业还在犹豫移动支付卡是否有市场。结果仅在两三年间,移动支付卡就迅速大众化。随着移动支付卡在经济活动阶层的普及,距离信用卡被取代之日也将越来越近。据调查,韩国移动支付卡的主要消费对象为11号街、G Market、Auction等韩国知名网络商城,占据了50%以上的比例。另外,易买得等大型超市及CU等便利店,也是消费者使用移动支付卡较为频繁的地方。有数据显示,率先开启韩国移动支付卡服务的BC卡,去年12月份平均每张卡的使用额在4万韩元左右。相比普通信用卡平均每张1.5万韩元、支票卡每张不满1万韩元的消费额,移动支付卡的成绩可谓极为突出。

移动支付产品的发展带动了移动购物。2010年韩国移动购物市场规模仅为200亿韩元;2011年一举增长10倍,突破了2000亿韩元;2012年又增长3倍,达到6000亿韩元。业内人士预测,今年移动购物市场的交易规模将再次翻番,达到1.3万亿韩元。

德国 “数字德国”支撑经济增长

本报记者 王志远

信息与通讯技术在德国经济中占有非常重要的地位,超过半数的工业生产超过80%的出口都依赖于信息与通讯技术产业的发展。德国联邦经济与技

术部发布的《数字经济监测报告2012》指出,德国信息通讯与技术产业年生产总值达2220亿欧元。其中,互联网经济产值为750亿欧元,占国内生产总值2.9%。

在德国,网上购物已经深入人心,电子商务蓬勃发展,信息消费成为经济增长新亮点并显示出巨大潜力。德国联邦统计局的数据显示,2012年,德国共有4230万人通过互联网购买商品或服务,这一人群的比例占全部互联网用户的74%,占德国总人口半数以上。另据德国贸易协会(HDE)的统计显示,去年德国电子商务销售额为295亿欧元,同比增长13%。

信息消费的增长以整个信息与通讯技术产业的发展为依托。为促进信息与通讯技术产业的进一步发展,德国联邦政府于2010年底出台了《信息与通讯技术战略:2015数字德国》。该战略旨在构建可靠安全的数字化网络,强化德国经济竞争力,保障网络安全,提高人民的生活质量。德国的“数字化”战略所取得的良好效果为信息消费的增长提供了有力支撑。

一是德国的宽带网络普及率居世界前列。自2009年起,联邦政府宣布开始实施“国家宽带战略”,其目标是:到2010年,将德国家庭宽带覆盖率提高到100%;到2014年,为75%的德国家庭提供至少50

兆/秒的宽带接入。而后续的“超级宽带”计划的目标则是在2020年之前,将50%家庭的宽带接入速度提高到至少100兆/秒,另外30%家庭的宽带接入速度提高到50兆/秒。《数字经济监测报告2012》指出,德国宽带网络普及率世界排名第六,网速超过每秒1兆的用户已达到99%。

二是德国移动通讯网络覆盖广泛,智能移动设备市场占有率高。德国信息经济、通讯和新媒体协会(BITKOM)的数据显示,2011年,德国移动通讯服务覆盖率超过了135%。在德国,移动网络数据业务即将代替电话业务成为电信运营商最大的盈利点。2013年,移动网络数据业务产值增速预计将达到10%,产值达到94亿欧元。此外,智能手机市场占有率预计将达到96%。智能手机、平板电脑等移动终端在信息消费中所扮演的角色也愈发重要。著名市场研究机构捷孚凯(GfK)的报告指出,2011年,在德国通过智能手机购买商品或服务的人数比上一年翻了一番。

三是网络信息安全和消费者权益保护受到高度重视。为确保网络安全,德国于2011年初公布首个国家网络安全战略——《德国网络安全战略》,大力推动安全网络空间建设。为规范信息消费、保护消费者权益,德国政府于2002年就重新修订《民法典》,将电子购物等新兴营销方式纳入其中。之后,为适应近年来不断出现的新情况,德国政府也陆续修订和颁布了一系列专门性法律法规,如《新反不正当竞争法》和《远程销售法》。

奥地利

信息服务便捷生活

本报驻维也纳记者 谢飞

随着信息技术的高速发展,信息消费已经成为欧洲居民消费的又一高速增长点。而三网融合在欧洲的普及,使得信息消费更为便捷和成本低廉。同时,大量高性能信息设备的不断涌现,为人们提供了更加快捷、高效的信息获取渠道。奥地利联邦统计局的数据显示,奥地利家庭的互联网普及率已经达到79%,其中77%的家庭通过宽带接入互联网,宽带接入用户中有41%使用移动宽带方式接入互联网。88%的互联网用户通过互联网获取关于商品和服务的信息。

作为欧洲信息技术和基础设施建设较为完善的国家,奥地利政府在信息技术的研发和高速互联网的建设方面扮演着重要的角色,奥地利的电信运营商之间的充分竞争也使得普通百姓能够以更为低廉的价格享受到高质量的信息服务。在奥地利,几家主要的网络运营商都针对不同的客户群体推出了具有针对性的产品。例如记者熟识的一些朋友所使用的手机套餐,每个月只需要支付20至30欧元的资费,便可享受超过2000分钟的通话、短信和不限量的互联网数据接入服务。一些针对年轻人和学生的套餐价格更是低至15欧元。这样的资费水平自然而然地推动了普通百姓使用手机上网,随时享受信息服务的积极性。奥地利早已在全国覆盖了3G网络,并将于未来两年推出全国范围的4G网络,高速的互联网接入使得很多信息服务成为可能。

在奥地利,信息服务的种类繁多,很大程度上方便了居民的生活。例如,在维也纳有一项叫做CAR TO GO的租车服务便是信息化时代新消费方式的最好例子。维也纳的居民只要在其网站上注册自己的驾照信息,并在智能手机上安装相应的应用,便可以通过定位导航找到自己所在位置附近可用的车辆,此时服务商会向用户的手机发送一个二维码,用户只需将这个二维码在车辆前的扫描仪上扫描,即可驾驶这辆汽车,所有费用从手机账单上扣除。

此外,在奥地利人们还可以通过手机缴纳短时停车费。用户只需将车牌号码和自己的手机绑定,便可随时为自己在城市的任何地方停车缴纳停车费,而无需再填写停车单,大大方便了无法确定停车时长的用户。

网络购物目前也成为欧洲消费的主要模式之一。根据奥地利联邦统计局的数据,2012年,奥地利有49%的居民(16岁至74岁)在网上购买过商品或服务。亚马逊、ebay等电子商务网站成为消费者最常光顾的购物网站。奥地利本国的很多零售商也在自己的网站上推出了网络购物服务。

本版编辑 于建东 李红光
版式设计 邵颖

德国联邦经济与科技部发布报告指出,德国信息通讯与技术产业年生产总值达2220亿欧元。其中,互联网经济产值为750亿欧元,占国内生产总值2.9%。

