

发展信息消费需由市场主导

清 净

信息消费对我国经济增长的拉动作用已不言而喻。有研究报告表示,信息消费预计将拉动国内生产总值0.7个百分点,带动行业新增产出超过1万亿元。信息消费有望成为继房地产、汽车后的又一活跃消费热点。

但是信息消费对国民经济发展的提振作用不仅仅限于单纯的数字。对于个人消费者来说,家庭宽带接入、网络视频、网络购物、手机阅读、手机支付、社交网络等新兴信息消费服务及产品,正在改变他们的生活和娱乐方式。而以“智慧城市”为代表的民生领域信息化水平的提升,更是通过技术创新让大众享受到了经济增长的红利。

另一方面,通过发展信息消费,传统制造业能够在提升信息化水平的同时得以转型升级,

C2B(企业到个人)定制、制造业服务化、柔性生产、虚拟制造……这些先进生产方式将拉高“微笑曲线”的“嘴角”,帮助企业抢占高技术和高附加值环节,提升企业核心竞争力。

更为重要的是,发展信息消费,意味着整个社会运转效率的提高。作为现代服务业有机组成的信息消费服务业,能够有效减少对资源和能源的消耗。有数据显示,信息消费增加10%,GDP每单位能耗下降1.8%,物耗下降1.4%,这为建设资源节约型、环境友好型社会提供了良好的条件。

然而,如何实现今后3年信息消费年均增长20%以上的目标呢?应用是信息消费的核心,而应用必须接受市场的考验,因此,对信息消费的推进不能仅仅停留在基础设施建设方面,还需

要发挥市场这只“看不见的手”的作用,充分发挥市场的资源配置和自我调节作用。

从世界各国的实践经验和我国信息产业发展路径看,为确保市场主导作用,在政策层面上未来至少要做好以下几方面工作:

第一,进一步探索资本进入机制。如鼓励民间资本以参股方式进入基础电信运营市场,并加快审批进程;改善信息消费企业的融资环境,降低融资成本,对相关产业的创新型企业予以优先信贷支持,并考虑放宽创业板、新三板等融资平台对信息消费小企业的准入标准,稳步扩大信息消费企业中期票据和中小企业私募债发行。这些政策将对提升市场竞争活力,促进创新起到积极作用。

第二,鼓励技术创新。通过税收优惠等政

策,扶持具有自主知识产权的信息消费高新技术企业,按相对低税率征收企业所得税,对研究开发费进行税前加计扣减等等。

第三,发展作为新兴产业的信息消费,还需要相关法律法规跟上时代脚步,使企业能够作为市场主体焕发竞争活力。比如,目前的《公司法》强调按实际出资额享有股权,但信息消费服务业中的小微企业在获得风投时,往往要给创业团队一些不需要出资的股权,《公司法》对这些情况尚不支持。

所以,只有坚持以市场为主导、以应用为核心发展信息消费,才能增强信息产品供给能力、培育信息消费需求、营造发展环境、提升公共服务信息化水平,真正建立起促进信息消费持续稳定增长的长效机制。

备考4G

移动互联网 蓄势待发

本报记者 陈 静



支您一招

为网上支付安全支招

网络购物正被大众所接受,并逐渐成为人们的主流购物方式。在享受方便的网乐趣时,保证网上支付安全显得更加重要。为确保网上资金安全,小编在这里给您支几招。

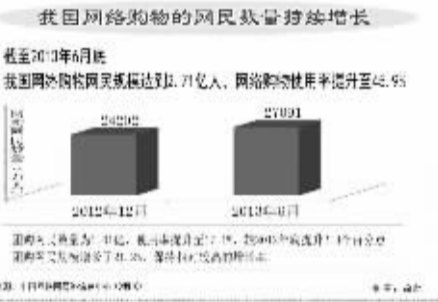
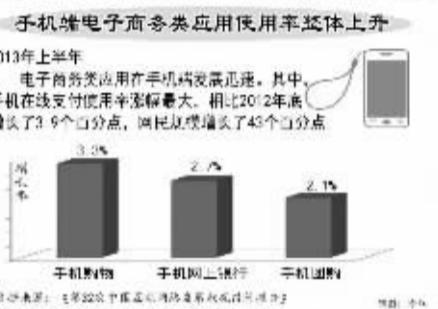
密码设置不能图好记。网上购物与钱袋子密切相关,所以,设置网上支付账号的密码最好使用“数字+字母+符号”组合的高安全级别的密码。支付宝有登录密码和支付密码两个密码,则必须设置成不同的。

多重设置身份信息。这是确保网上购物安全的信用卡服务,信用卡机构会通过发卡银行推出持卡人身份验证服务,使得消费者能够在使用信用卡结账时再多使用一个密码来验证身份,从而为消费者提供更加安全的交易保障。

绑定手机,使用手机动态口令。支付宝等网络支付账户都支持绑定手机,并支持设置手机动态口令。用户可以设定单笔支付额度或者每日支付累计额度,超过一定金额时就需要进行手机动态口令校验,从而增强资金的安全性。

选择信誉好的网站。登录正确网址,按照购物流程直接在平台内购买、支付,不要轻易点击卖家发送的不明链接。

图 说



聚焦

工业和信息化部上周公布数据:今年1月至5月,我国信息消费规模已经达到1.38万亿元,同比增长19.8%,移动互联网发展迅猛,新兴消费信息消费领域的服务和产品快速增长。

近期国务院也召开会议,明确提出要保障今后3年信息消费年均增长20%以上的目标。将信息消费培育成新的消费热点,其路径也日渐清晰。工业和信息化部通信发展司司长祝军表示,工信部今后将从4方面进一步拉动信息消费规模:一是实施“宽带中国”战略,加快网络通信基础设施建设和升级改造。提升3G覆盖面和服务质量,推动年内发放4G牌照。二是加快“信息惠民”工程,建立公共信息服务平台,推进教育、医疗优质资源共享,普及应用居民健康卡,加快就业信息全国联网。推进金融IC卡在公共服务领域的广泛应用。在有条件的城市开展“智慧城市”试点示范建设。三是丰富信息产品和信息消费内容,拓展新兴服务形态,开展物联网等重大应用示范,大力发展电子商务。四是构建安全可信的信息消费环境。

不过,对于广大个人用户和企业来说,比起基础设施建设投资的大把真金白银,他们更关心的是,伴随拉动信息消费在应用层面带来哪些变化。从目前市场趋势看,移动互联网将是个人和企业信息消费的着眼点,智慧城市将成为社会信息消费的突破口,网络安全则为其奠定了基础。

中国互联网信息中心7月发布的第32次《中国互联网络发展状况统计报告》显示,截至2013年6月底,我国手机网民规模达4.64亿,网民中使用手机上网的人群占比提升至78.5%。《报告》指出,今年上半年的互联网发展中,手机作为上网终端的表现抢眼,不仅成为新增网民的重要来源,在即时通信、电子商务等网络应用中均有良好表现,而传统互联网应用增长则趋于平缓。

正是这样的发展速度和良好势头,使移动互联网在拉动信息消费的诸多方式中被人寄予厚望,而4G牌照颁发时间的确定,更为移动互联网的火热态势再添一把柴。国务院常务会议日前明确提出,年内发放4G牌照。为此,工业和信息化部通信发展司副司长祝军在上周表示,牌照发放的相关准备工作已在15个城市开展试点,大部分城市的规模试验网已经建成,TD-LTE的基站数已经达到了2万个左右。

政策拉动信息消费的决心与基础设施的夯实“双管齐下”,似乎已经让普通用户心中勾勒出移动互联网创新爆发的美好明天。然而备考4G,基于移动互联网的个人应用和企业应用,又究竟做好了哪些准备?

个人应用闻风而动

来自工业和信息化部的数据显示,单单一个腾讯的微信,上半年就拉动移动互联网流量收入同比增长56.8%。面对个人用户的“超级应用”们正在划分着移动互联网“蛋糕”,也决定着未来种种创新应用的走向。

单纯从数字看,即时通讯、手机娱乐、移动阅读、移动电子商务和生活服务类仍然是移动互联网中最炙手可热的几大领域。3G普及及带来的体验提升,使这几大领域今年上半年的表现都可圈可点。我国手机即时通信网民数为3.97亿,较2012年底增长了4520万,半年增长率高达12.8%。手机网络音乐、手机网络视频、手机网络游戏和手机网络文学的用户规模相比2012年底,也分别增

长了14.0%、18.9%、15.7%和12.0%,手机在线支付网民规模较2012年末更暴涨43%。面对4G带来的更加高速流畅的无线网络体验,它们将迎来爆发式增长的机会。

移动互联网个人应用服务巨头们,也从资本层面佐证了这几大领域的未来发展前景。2013年上半年,他们的并购极其频繁。手握微信和手机QQ两大移动互联网超级入口的腾讯专注并购生活服务类应用,力图通过打造基于开放平台的本地服务商业模式;阿里巴巴则在围绕大消费概念布局移动端,通过投资新浪微博、高德地图和穷游网等社交网络和垂直渠道,强化其在移动电商中的地位;搜狐董事局主席兼首席执行官张朝阳亲自挂帅搜狐视频代理CEO,这被视为搜狐视频加速并购扩充规模的信号;百度则在19亿美元天价收购91无线后,力图为此后移动搜索的种种创新铺路。按照投资机构华兴资本CEO包凡的说法,随着流量从PC端向移动端转移,传统互联网巨头正在重新布局自己的战略乃至商业模式。而对于消费者,则意味着能够在不久的将来使用到整合与协同度更高、服务体验更有保证的移动互联网应用。

不过,或将成为阻碍这些应用一飞冲天的“瓶颈”,依然是老生常谈的资费与流量问题。中国信息经济学会理事长杨培芳表示,个人用户始终对价格敏感,作为运营商,未来消费价格设计要透明合理,不能再以暴利思维设计价格。

O2O瞄准中小客户

7月22日,微信出现了自上线以来最大规模故障。引人注目的是,这一故障甚至造成了经济损失。杭州出租车预约微信车队的调度老师傅告诉记者,车队平常使用微信叫车软件联系生意,在那天5个小时的抢修期内,车队至少丢掉了200单生意。

这一事例生动地表明,中小企业和微型企业开始学会借移动互联网的东风,创造出崭新的商业模式。的确,此前服务能力有限

且势单力孤的中小企业很难在传统互联网上讨得什么便宜。来自中国互联网络信息中心的数据显示,截至2012年12月底,中小企业在传统互联网上开展在线销售的比例为25.3%,利用传统互联网开展营销推广活动的比例也仅为23%。

移动互联网的快速发展,智能手机的普及,以及在此基础上与位置服务相结合的O2O(从线上到线下)模式,正在改变这一切。移动互联网精确定位的属性,使传统的制造类中小企业和本地服务类中小企业得以找到以线上方式加以推广和售卖的渠道,从而将精准营销的优势最大限度地发挥出来。成熟模式的出现,则又反过来助推中小企业进行信息消费,通过购买设备和服务提升自己的信息化水平,并最终在电子商务化的过程中实现转型升级。数据显示,我国O2O市场规模2012年达到986.8亿元,环比增长75.5%。著名天使投资人薛蛮子干脆直截了当地表示,O2O意味着传统行业的互联网化。”



压题照片:移动互联网的快速发展,使智能手机普及率大增,各种手机应用得以拓展。图为展商利用二维码推广品牌,吸引了大量观众前来体验。本报记者 徐 红摄

下图:宽带的普及,使占用大量带宽资源的视频得以迅速增长,人们不仅可以在互联网上流畅地观看,还可以在手机上享受着“大片”。图为技术人员在讲解移动端和手机端的互动。本报记者 徐 红摄

智慧城市建设“接地气”

本报记者 陈 静

在上海,任何一位在市内联网医疗机构就诊的患者,医务人员都可以在业务规范下通过医生工作站查阅其电子健康档案。上海市卫生与计划生育委员会主任徐建光介绍,如今,这一“健康信息化工程”已推广至全市所有三级医院和6个试点区域,在上海市的市级平台上,汇聚有近3000万人基本信息、7亿多条各类诊疗信息。

智慧城市建设已成为各级政府信息消费的突破口。今年1月,住建部公布首批90个智慧城市试点;预计三季度将会公布第二批智慧城市试点。另外,湖北、山

东、广东、辽宁等省则提出建设智慧城市群。例如湖北省的智慧城市群涉及17个省内城市,广东省的智慧城市群涉及21个省内城市。“十二五”时期,我国智慧城市投资总规模将达到5000亿元。

和上海重金投入健康信息化一样,在智慧城市建设中,各项“接地气”的信息惠民工程成为各地政府关注的焦点,也将成为普通老百姓最先感知到的“智慧生活”。

比如作为基础设施的无线宽带的搭建。在深圳,3条地铁线有望年内实现全程WiFi信号覆盖,届时深圳将成为全球首个

地铁内免费使用高速WiFi的城市。

比如食品安全体系的搭建。浪潮集团有限公司董事长孙丕恕介绍说,浪潮在山东建设的食品安全监管平台中的肉菜追溯体系,已实现覆盖屠宰、储存、批发、零售等环节的食品全链条的管理。市民通过条码查询,就可以了解到食品的全部信息,吃上放心肉菜。

比如城市市政安全应用。在北京,“液化石油气公共服务用户监测监控物联网示范项目”就是其中之一。通过市、区两级远程检测系统,可对室内液化石油气浓度进行实时监控,一旦发现超标,就会自动

开启应急响应。

“接地气”还体现在紧密结合城市定位,打造具有特色的城市品牌上。北京将“文化智能传承”作为其智慧城市建设的目标之一,充分体现了北京作为全国文化中心的需求;广东东莞充分结合其“世界工厂”的工业基础优势,重视智慧应用建设与智慧产业协同发展,一些中小城镇的智能化建设也自有特点。“花木之乡”湖南浏阳的柏加镇,把其经营的树木建成一个物联网,还建了GRS系统、人口数据系统、地理信息系统,智能城镇从主要产业升级着手,带动了柏加镇的发展。

中国经济网评论员董少鹏:

我国经济不能采用“休克疗法”

“中国经济不能采用休克疗法。”中国经济网评论员、《证券日报》副总编辑董少鹏8月2日在《我财经》节目中给出了这样的观点。董少鹏分析说:“最近,一些人对4万亿元的投资和产能过剩的问题批判比较多,但其忽略了长期风险的管理问题,如果短期内‘一刀切’地解决产能过剩等问题,危害也很大。因此,对于一些在建项目、续建项目,包括一些新开工项目,货币保障还是必要的,不能采用‘停电检查’或者‘休克疗法’。今年7月,李克强总理曾多次讲话强调‘保下限’和‘保下限’,让经济运行在一个合理的区间内,在这一前提下进行经济结构调整,推进相关的改革措施。这是一个比较完整的、周全的、准确的信号。”

国家统计局网站最新发布的数据显示,7月中国制造业采购经理指数为50.3%,比上月回升0.2个百分点。对此,董少鹏表示,PMI作为一个先行指标,已经出现了转好的迹象,相信在中央进行预期管理的前提下,各项经济指标会有一个比较好的表现。(中国经济网记者 王沥谦)

更多信息请扫描二维码



本版编辑 徐 红