各国推进信息消费系列报道之一

信息消费 新的经济增长驱动器

花旗银行推出手机网上汇款应用程序。 本报驻纽约记者 张 伟摄

聚焦

最近几年，美国数字经济及其所依托的宽带基础设施，都经历了大幅增长，为美国经济复苏和竞争力的提高发挥了重要作用。更加高速、经济、可靠的宽带服务正在向美国的各个角落延伸，将美国置于世界数字经济的中心，深刻地影响着金融、制造、农业、贸易、教育、娱乐、旅游等各个行业，也改变了美国民众的生活、消费、工作和学习方式

美国：数字经济重回快车道

本报驻纽约记者 张 伟

巨资投入建设“信息高速公路”

前些年，居于垄断地位的美国电信商出于成本考虑，不愿对成本较高的光缆进行投资。战略上的短视，导致美国这个“信息高速公路”的先驱国在宽带速度排名上滑落到第15位，并且制约了电子商务市场的发展。奥巴马当选总统之后，在推动更新美国的“信息高速公路”上下了不少功夫，为了刺激电信商加大硬件投资，实施了巨额减税措施。自2009年初以来，美国有线和无线宽带网络的投资已接近2500亿美元。从2009年到2012年，美国无线网络的年投资额以40%的速度增长，从每年210亿美元增长到300亿美元，已经超过主要的石油、天然气和汽车公司。2013年，美国的有线网络投资额预计达到350亿美元。

美国是第一个开始大规模部署4G(LTE)网络的国家，在2012年中期就拥有了将近全球一半的LTE用户。另外，宽带用户的需求在过去4年也发生了巨大转变。从2009年至今，美国的宽带平均速度翻了一倍。在2012年第四季度，美国的平均网速为7.4Mbps，在全球所有国家中排名上升到第9位。到目前为止，超过94%的美国家庭已接入网速大于10Mbps的宽带。利用门槛较低和网络开放的优势，云计算、远程处理、流媒体提供商创造了前所未有的对更高带宽的互联网服务的需求。这种需求刺激了对高速网络设施的大量投资。

电子商务成长空间巨大

在宽带基础设施高速发展的同时，基于个人消费者的网络销售也水涨船高。电商数据公司eMarketer统计，美国互联网用户目前约为2.4亿，渗透率高达74.9%，其中已经有大约四分之三的互联网用户属于网购人群，网购渗透率达到71.6%。据该机构预计，美国2013年的网络销售额将达到2590亿美元，比2012年的2255亿美元增长14.8%。

数据显示，2012年美国的网上交易占社会消费品零售总额的比例仅为6%，这一比例将最终达到20%或是更多，将有更多品类的销售额向网络转移。电脑、消费电子等3C产品以及服装、服饰占美国网上交易额的大部分，预计在2013年将占有42.9%的交易额，到2016年将达到45.6%。

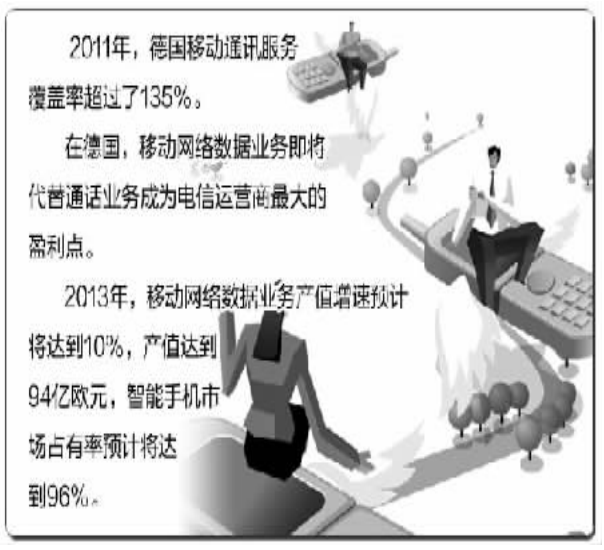
eMarketer预计，美国的电子商务交易额在2012年至2017年间的复合增长率仍将高达14%，其中服装和服饰、图书和音像制品的年均复合增长率将分别升至17.2%和16.3%。

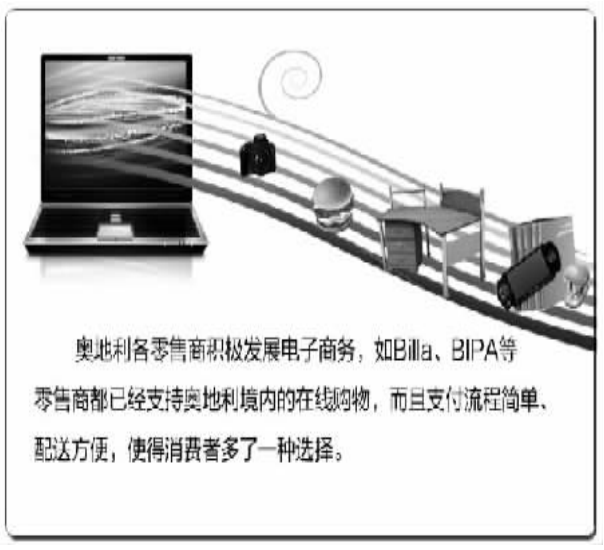
美国移动互联网发展迅速，移动终端交易额逐年上涨，这一趋势在未来相当长的一段时间内仍将持续。未来，移动互联网将不仅带来电子商务交易额的增加，也将使得电子商务的交易方式发生一些改变。eMarketer的数字显示，2013年移动端的成交额将达390亿美元，相较2012年的250亿美元增长56.5%。2012年来自移动端的交易额占比达到11%，预计2013年将达到15%，2017年提升到25%。据移动市场协会(MMA)预测，美国金融、保险和房地产行业今年用于移动网络市场的开支将为20.8亿美元，比2012年的13.3亿美元增长56%，到2015年有望翻番。

移动宽带助推“应用经济”

平板电脑将是驱动移动商务的关键。数字显示，目前来自移动设备的交易额平板占到了65%，手机则为35%。预计到2017年，平板电脑交易占比将升至71.5%，手机交易占比下降为27%，移动商务交易额的迅速增长得益于智能手机和平板电脑等移动设备的普及。2013年，预计将有7940万美国消费者使用移动设备购物，占有整体网购人群的51%。预计2017年这一比例将提升至77.1%。

移动宽带、先进操作系统和日益复杂的硬件融合，以及进入开放型网络的低门槛，都为美国“应用经济”(App Economy)高速发展创造了条件，使应用经济成为美国最具活力和增长力的领域之一，自2007年以来，该领域已经创造了50万个就业岗位。目前，大大小小的电子消费服务商家正在根据顾客从衣食住行到社交学习、从娱乐健身到投资理财等不同层面的需求，设计出成千上万的应用软件，使消费者获得更多的消费体验和生活便利。





奥地利：便利实惠 助长消费

本报驻维也纳记者 谢 飞

信息消费当今已经成为奥地利经济发展的重要组成部分。电子商务、移动互联网等不断发展，给奥地利的信息消费提供了良好的发展基础，目前奥地利信息消费正在呈加速发展趋势。

奥地利只有八百多万人口，但奥地利的信息消费成功地结合了自身的基础设施建设和来自德国的信息消费平台。这两者的结合成为奥地利信息消费加速发展的重要推动力。

互联网接入速度满足需求，支付手段多种多样，方便了消费者的多元化选择

在奥地利，互联网接入速度不再成为人们进行信息消费的瓶颈。奥地利境内的互联网接入速度目前已经完全能够满足人们在某些信息消费方面的需求。例如，在网络上购买音乐和电影，用户可以直接在付费以后通过网络下载相关的音乐和视频。以记者驻地的互联网接入速度为例，在苹果的在线音像商店或亚马逊网站下载一张个人音乐专辑只需要两三分钟，而下载一部高清电影也仅仅需要不到二十分钟的时间。这样的接入速度会极大地提升用户体验，从而激发人们购买在线影音产品的热情。

另一方面，在奥地利信息消费的支付手段也多种多样，极大地方便了消费者的多元化选择。例如，在奥地利运营的亚马逊等大型购物网站虽然都来自德国，但都提供了非常人性化的本土服务。这些大型电子商务网站都可以支持通过在线直接转账、同商品一并配送的账单或者信用卡等多种方式进行支付，这就使得各类消费者都可以无障碍地享受电子商务带来的便捷。例如记者经常购物的亚马逊网站提供的“一键购买”功能就非常方便，消费者可以绑定自己的银行账户和配送信息，选购好商品后只需一次点击，就可以完成购物流程，而不必经过复杂的支付流程，非常方便。

运营商提高服务质量，进一步降低资费，给消费者带来更多实惠

值得一提的是，除了像亚马逊这类的大型电子商务网站，奥地利各零售商也都积极发展电子商务，如Billa、BIPA等零售商都已经支持奥地利境内的在线购物，而且支付流程简单、配送方便，使得消费者又多了一种选择。虽然这些零售商所出售的商品基本上都是最普通的日常用品，但其并没有放弃积极占领电子商务这一阵地的尝试，充分体现了奥地利零售业对电子商务的高度重视。

移动互联网方面，奥地利也走在了欧洲的前列。目前，奥地利的A1电信集团已经开始在奥地利境内主要地区部署LTE4G网络，而且价格合理，性能稳定。专家分析，A1的这一行动将会给奥地利其他电信运营商极大的压力，虽然现在奥地利境内的3G网络速度已经能够满足绝大多数的日常需求，但其他运营商仍将会想尽办法在竞争已经十分激烈的电信市场争取先机。这样的竞争，无疑会进一步提升各运营商的服务质量，进一步降低资费，给消费者带来了更多的实惠。

相关统计数据显示，目前越来越多的奥地利人开始习惯于信息消费带来的便利。最明显的就是数字娱乐产业。记者走访一些电子产品零售商时，销售人员纷纷表示，原来购买音乐CD和电影光碟的消费者还占多数，但现在由于苹果和亚马逊等都开始销售数字化的音乐和电影，购买光碟的人比以前少了很多，而各大零售商则早就顺应趋势，在自己的店铺内开始销售苹果影音商店的充值卡等商品。因此，目前奥地利的几家大型电子产品零售商也在自己的在线商店里推出了数字化的音乐消费选择。

信息产业基础设施建设，为信息消费提供了坚实的市场基础

稳定而高速的互联网接入、迅速发展的移动互联网技术都给普通消费者的信息消费带来了可能。专家指出，目前奥地利本土电信行业的业态健康，良性竞争充分，没有垄断因素，这些都为奥地利的信息产业基础设施建设提供了坚实的市场基础。各电信运营商为了在市场当中取胜，都使出浑身解数不遗余力。

其次，奥地利充分利用德国这一广阔市场的成熟平台，依托其强大的资源优势借力发展本国电子商务市场，使奥地利电子商务实现了高速发展。此外，奥地利本土的零售商也非常注重实现电子商务对其营销的最大价值，使其真正成为利润增长点，而不仅仅是为了美观而增添的摆设。

德国：互联网经济魅力渐凸显

本报驻柏林记者 王志远

1984年8月2日，被誉为“德国互联网之父”维纳·措恩教授让德国首次接入了国际互联网，并发出了德国第一封电子邮件。从那时起，互联网便成为了德国人生活和工作中不可分割的一部分。而现如今，互联网经济贡献了德国国内生产总值的25%，并以平均每年11%的速度持续增长，已然成为德国经济的“发动机”。

互联网经济的涵盖范围十分广泛，云服务和电子商务将成为最具潜力的增长点

互联网经济包括网络基础设施、电子商务、社交网络、支付服务、视频和音乐服务、云服务等等。德国互联网经济协会日前发布的研究报告显示，预计今年德国互联网经济的销售额将达到627亿欧元，比去年增长10.9%。到2016年，销售额将达874亿欧元。此外，互联网经济还将创造近8万个就业岗位。

专家分析认为，今后一段时期云服务和电子商务将成为最具潜力的增长点。据德国互联网经济协会预计，至2016年，德国云存储及其相关业务的销售额将以年增长33%的速度提升到96亿欧元。电子商务今年累计销售额将达到220亿欧元，到2016年将增长至280亿欧元。而据德国零售商协会的预计，今年德国网上商店的营业额甚至将突破330亿欧元。

网上商城业务量大幅增长，多渠道销售将成为零售业的一个趋势

目前，德国境内最大的网上商城是美国的亚马逊公司。去年，亚马逊在德国销售了87亿美元(约合65亿欧元)的产品，比2011年72亿美元增长了21%。德国网购业联合会估计去年德国网上邮购总营业额是275亿欧元，零售业协会则认为是295亿欧元，这表明亚马逊几乎控制了德国超过20%甚至25%的网购业务。从记者的亲身体验来看，虽然由于人力成本等原因，德国的网购服务商很难像国内某些电商企业那样做到“次日达”，但商品质量、价格、售后服务等方面的性价比还是比较高的。

与此同时，一些固定商家并不甘心被网络商家所取代，逐步开办并完善其网上购物服务。德国零售商协会的一份调查结果显示，有三分之一的固定商家同时拥有网上商店。另有9%的受调查企业表示，明年将开启网购业务。而纯网络商家也纷纷创办实体店，以完善其服务。

网络和电信基础设施是互联网经济的重要组成部分，电信运营商整合收购的“大手笔”频现

网络和电信基础设施既是互联网经济得以发展的基础，又是互联网经济的重要组成部分。德国互联网经济协会的统计显示，德国网络和电信运营商的市场每年保持超过7%的增长空间。固定网络每年的销售额稳定在130多亿欧元左右。移动网络目前正处于上升期，并保持着每年13%的高增长率，2016年的德国移动网络销售额将达到近90亿欧元。

今年上半年，德国四大电信运营商“大手笔”不断，纷纷抢夺德国电信业的“头把交椅”。德国四大电信商之一、西班牙电信旗下的O2公司有意收购德国另一大电信商E-Plus。如果收购成功，这两家电信商合并后将成为德国最大的电信运营商，对现有的四大电信商的其他两家德国电信和沃达丰构成更有力的市场竞争。不过收购能否成功，还需等待欧盟反垄断部门的审批。德国电信商O2和E-Plus目前在LTE无线网络服务方面还不算领先。O2公司则表示，兼并E-Plus，有利于更加合理投资，改善网络设备，提高市场竞争力。

而沃达丰也于今年年初向德国最大有线电视运营商Kabel Deutschland伸出了“橄榄枝”，并最终于本月初以77亿欧元的价格将对方纳入麾下。目前沃达丰在欧洲大陆几乎每个国家都拥有属于自己的移动网络，但在互联网领域，沃达丰通常不得不依靠租用竞争对手的宽带网络为用户提供服务。在德国，沃达丰就是与德国电信达成了网络合作协议。而此番收购表明，沃达丰正在试图迅速提升其电视、互联网、移动以及固话“四合一”服务的提供能力。

网络安全问题令人担忧，就此催生高研发投入

在互联网经济发展的过程中，德国人最为担心的就是网络安全问题。很多德国中小企业曾深受数据泄露和商业间谍等问题的困扰。据统计，有90%的德国中小企业可能已经受到互联网技术漏洞的危害。因此，德国中小企业将其互联网研发总费用的14%用于网络安全领域。

本版编辑 于建东 李红光