



我国信息产业发展态势

中国电子信息产业发展研究院院长 罗文

提要：信息技术正不断促成交叉产业创新。把握好当前信息产业发展模式变化的机遇，就有可能使我国大幅度缩短学习曲线，提升核心基础技术的研发和产业化能力，把我国的需求和规模优势转化为技术优势，建立新的核心竞争力。

(一)

信息产业是当前全球创新最活跃、带动性最强、渗透性最广的领域。新一代信息技术正在步入加速成长期，新的信息产品和服务不断涌现，带动产业格局深刻变革。国际金融危机以来，各国和地区纷纷围绕新一代信息技术产业构筑国家竞争优势、抢占产业发展主导权的竞争愈演愈烈。在此背景下，信息产业呈现4方面发展态势：

一是跨界发展成为信息产业发展的重要方向。在发展领域不断拓展、商业模式不断创新和市场竞争不断激烈的情况下，谁先突破既有领域，形成跨领域的资源整合能力，谁就能主导信息产业链条的整合与重构。比如，阿里巴巴以云计算作为各项业务的重要支撑环境，以智能手机操作系统作为掌握未来产业入口的切入点，并与新浪微博等合作，建立了一流的发展优势。又如，星巴克、耐克、宝马等企业也积极向信息技术领域延伸，说明信息技术业务与传统业务的跨界融合正成为大势所趋。

二是全向度竞争将重构信息产业发展格局。能否快速构建起涉及多方面发展要素的全向度竞争能力，已成为决定信息技术企业成败和重构全球信息产业发展格局的关键。在信息技术服务领域，IBM、苹果等企业凭借技术创新优势，建设和集聚信息资源，提升服务性能，增强自身在技术、标准、信息资源等方面的全向度竞争能力。此外，全球通信设备巨头正通过并购重组、技术合作等方式，构建基于技术、标准、服务的全向度竞争优势。国内外移动互联网龙头正围绕用户、应用和内

容重构移动互联网产业发展格局。

三是产业链整合创新成为决定竞争成败的关键。产业链整合创新是将传统信息产业环节进行重新组织，目标是向用户提供一体化、多元化的信息技术产品与服务。当前，信息产业领域的多环节融合趋势日益显著，使得企业在创新过程中，不能仅仅考虑一个领域或者一项技术，产业链整合能力日益成为决定成败的关键。比如，三星电子通过产业链垂直整合，成为全球销售规模最大的电子产品供应商；IBM、惠普等跨国巨头不断着力打造全业务综合集成服务体系，以满足用户对“战略规划+方案设计+关键软硬件产品开发+项目实施+业务外包”的一体化需求。

四是信息技术正不断促成交叉产业创新。信息技术与制造技术的充分交互，使制造业自动化、数字化和网络化水平显著提高，加速走向智能制造的新时代；信息技术与能源技术的深度融合，使分布式发电和大规模并网技术实现突破，在引领带动其他产业发展的同时，信息产业自身也实现新的发展。比如，大数据将进一步打破信息产业与其他产业之间的边界，提升信息产业在社会产业中的地位，使信息技术真正成为创造更多经济价值和社会价值的关键引擎。

(二)

当前，信息产业发展既面临难得机遇，也面临着不少挑战。

从机遇看，一是快速密集的技术创新为加速产业发展提供了难得机遇。全球范围的信息技术创新和业务模式创新方向广、数量多，为进一步加速我国信息产业发展提供了难得机遇，特别是云计算、大

数据、移动互联网领域的创新将给信息技术业务开展提供更广阔的空间。二是变革创新的商业模式为破除路径依赖注入新的动力。技术创新不再是提升产业竞争力的唯一途径，业态创新和模式创新的重要性越发显著。三是快速引燃的信息消费需求为支撑产业发展创造了市场空间。国务院日前研究部署促进信息消费，提出实现“十二五”时期后3年信息消费规模年均增长20%以上。按工信部预测，这意味着到2015年，我国最终信息消费规模有望超过3.2万亿元，带动相关行业新增产出超过1.2万亿元。可以说，信息消费已成为扩大内需的新引擎，而且潜力巨大。

从挑战看，一是核心技术掌控不足将增大信息技术产业自主发展难度。跨国企业通过产业链整合，极大地增强了对整个产业的话语权和主导权，我国信息产业拥有的部分优势可能被削弱。二是产业特征认识不够将造成无法及时捕捉新的发展契机。云计算、大数据、移动互联网与传统信息产业领域在产业特征、发展规律等方面存在显著差异，若依旧以传统眼光去理解这些新兴领域，就无法制定科学的发展战略，难以把握新的发展契机。三是产业生态体系缺失将影响信息技术产业持续发展。美国平均每两年就会出现类似谷歌、脸谱等新兴科技企业，而我国信息产业市场长期陷于巨头垄断格局，容易伤害中小企业积极性，阻碍整个产业的持续发展。

(三)

当前和今后一个时期，为在信息产业重点领域和关键环节抢占制高点，赢得主动权，需要在以下几方面着力。

构建平台、终端、服务、内容于一体

多策并举释放信息消费潜能

国务院发展研究中心技术经济部研究员 李广乾

为产能过剩而导致的投资增速也在下降，在这种情况下，国民经济必须实现转型升级，必须实现由出口和投资驱动向由内需驱动转变。就内需来看，以往作为消费主流的汽车产业因各地的限购政策而变得步履维艰，房地产市场同样也面临着严重的泡沫威胁。在汽车和房地产这两大消费主流都出现问题的情况下，必须寻找到具有足够动能的、能够取而代之的另一拨撬动国内消费需求的新领域。毫无疑问，信息消费成为其不二选择。

之所以选择信息消费作为拉动内需的首选，是因为当前我国在促进信息消费方面已经具有坚实的基础。而且信息消费具有显著的特点，就是其消费杠杆效应：1元的信息消费能够拉动3元的相关行业消费。信息消费能够有效地促进现代物流业、电子支付行业、征信市场、文化创意产业、传统行业的信息资源开发利用等诸多领域、行业的发展，促进社会就业。当前，我国人均信息消费水平还较低，与发达国家相比，我国信息消费市场还有很大的发展空间。

当前和今后一个时期，随着信息消费呈爆发式增长，其对内需的拉动作用将逐渐显现，正在成为拉动中国经济增长的新动力。如何进一步促进信息消费，成为各界关注的重点。《关于促进信息消费扩大内需的若干意见》对促进信息消费提出了5项任务。具体来看，“加快信息基础设施演进升级”是重头戏，是未来促进信息消费的重要方面；“增强信息产品供给能力”仍然具有相当的潜力，但是也面临着严峻的挑战，核心技术研发能力仍然跟不上信息消费发展的需求和要求；“培育信息消费需求”是促进信息消费的主要着力点，也是促进我国信息产业发展的历史机遇；“提升公共服务信息化水平”则是促进信息消费的难点所在，需要我们进一步理顺信息化建设特别是电子政务建设的机制和体制；“加强信息消费环境建设”则任重道远，我们在这方面的制度建设仍然很欠缺。此外，《意见》还提出了未来3年促进信息消费的三大目标。从发展趋势来看，三大目标还是比较可行的，实现起来并不难。其关键问题在于，我们必须

的产业生态系统，为产业发展搭建良好平台。一是构建服务平台，围绕构建“智能终端+内容分发渠道+应用软件与数字内容服务”的产业生态系统，加快智能终端及其操作系统软件的发展。二是开放信息资源。加快发展整合社会公共信息资源和文化娱乐资源，推动政府和公共资源的开发，充分发展和利用各类信息资源。三是加强产业链合作。推动业务重点领域互补、拥有客户资源和分销渠道的企业加强合作，促进产业链协同发展。

以服务创新和应用升级为目标，实现核心关键技术突破。一方面要推进包括智能终端操作系统、应用开发环境等平台级软件和移动浏览器、应用服务、核心芯片等的研发与产业化，加快发展智能电视、智能车载设备等智能终端产品；另一方面要鼓励创新技术与移动内容的结合，探索地理位置服务、第三方支付等新业务的发展。

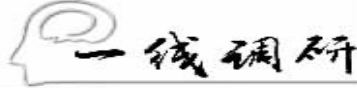
以云计算服务和大数据服务为牵引，带动产业向高端化迁移。将发展云计算服务、大数据服务作为我国信息产业实施赶超战略的主要着力点。围绕政务、文化、教育、医疗、金融、交通、能源等领域的数据共享，在多媒体智能搜索、精准营销等领域开展大数据应用。

着力打造良性产业体系，实现可持续发展的创新发展。一是强化产业信息安全，建立安全检测体系，实施对智能终端芯片、操作系统、应用软件的安全检测，加强对移动互联网环境下软件和信息服务的管理。二是加快信息基础网络建设，消除网络瓶颈，改善客户体验。三是兼顾龙头企业做大做强和创新型中小微企业培育发展的需求，打造支持持续创新的生态体系。

建立能够统筹促进信息消费协调发展的机制和体制。这方面面临的问题很多，从近期密集出台的有关智慧城市、宽带中国以及信息消费的政策来看，我们还存在着诸多没有理顺的制度障碍，需要从顶层设计角度加强这3个方面的协调。

进一步看，为促进信息消费，当前必须破除两种类型的垄断。一种是老生常谈的信息基础设施领域的垄断。几大运营商一直垄断着国内的信息基础设施建设，这种垄断直接导致我国在信息消费方面所出现的低效率。因此，必须采取实实在在的硬性措施，让更多的民营资本进入，使之真正实现良性竞争。

另一种是信息消费领域所出现的新型垄断。这种垄断首先是由市场竞争导致的，但是在这种竞争过程中，出现了不少不正当竞争的现象，在某种程度上恶化了未来信息消费市场环境，如无序的价格竞争、电子商务市场的一家独大。这种垄断需要相关职能部门不断加强政策监管，并根据最新情况出台相应鼓励竞争的政策措施。



创新基层党建 服务人民群众

——对内蒙古林西县的调研

本报记者 欧阳优

党的基层组织是党的全部工作和战斗力的基础。新世纪新阶段，世情、国情、党情深刻变化，社会经济成分、组织形式、就业方式、思想观念、价值取向日趋多元，迫切要求改进基层党组织设置方式、活动形式和发挥作用的途径，提高基层党组织服务人民群众的能力。在全党深入开展党的群众路线教育实践活动之际，基层党建工作如何才能适应新要求、更好地服务人民群众？近日，我们深入基层解剖麻雀，前往地处内蒙古东南部的林西县，跟踪调研当地积极推行“1+3”党组织设置模式的丰富实践，认真梳理其建设服务型党组织的经验，以期对各地创新基层党建工作有所启示。

(一)

这些年来，随着经济社会的发展，内蒙古林西县基层党组织所处的环境、工作的条件以及自身状况发生了重大变化，面临着一些新的困难和挑战：管理职能日渐淡化、服务体系尚不健全、工作缺乏活力，在引领发展上带动力不强，等等。这些问题不是林西特有的，而是各地在加强党的基层组织建设上需要迫切解决的共性难题。面对变化的形势和紧迫的要求，林西县委组织部从当地的经济和农业发展实际出发，深刻认识到，经济发展的前沿在哪里，党的基层组织建设就跟进引领到哪里。只有站在发展前沿的引领才是最有活力的引领，只有维护和发挥群众利益的引领才是群众最需要的引领。在充分调研论证的基础上，林西县以农民专业合作社为载体，积极推进“1+3”（即“村党总支+合作社党支部+产业链党小组+能人党员”）党组织设置模式，在制度与实践层面进行积极探索创新，走出了一条党组织引领、充分发挥党员大能和能人党员作用、合作经营、服务人民群众的发展道路。

一是创新载体，增强基层党建凝聚力。当前，一些农村基层党组织、党员之所以难以发挥作用，一个很重要的原因就是缺乏发挥其积极性以及引导作用的平台和载体。林西县委组织部认识到，大力发展农民专业合作社是当前和今后一个时期发展农业经济的大势所趋。为适应这一趋势，林西县把创新基层党组织建设的载体和平台定在了合作社上，通过发展壮大农民专业合作社致富农民，凝聚群众。为此，林西县委制定实施了《关于加强农民专业合作社建设的意见》，将合作社建设作为全县农村3项重点工作之一，全力以赴抓落实；各乡镇分别成立专项推进指导组，指派一名党委副书记抓合作社建设，在建章立制、组织协调、规范运行等方面进行指导督促；各村党组织积极发挥引领作用，通过党组织引办、“两委”班子成员领办、党员“能人”带头办等有效方式，促进合作社不断发展壮大。

二是打破分隔，探索组织设置新模式。创新基层党组织建设，模式是基础。如何理顺各级党组织关系，真正将基层党组织建设与经济发展结合起来？这是林西县推进基层党组织创新必须面对的问题。为破解这一难题，林西县委组织部从有利于服务群众、带动发展的角度出发，打破依据地域、单位设置基层党组织的原有形式，积极探索合理设置基层党组织的新模式。其一，优化设置“带动链”。林西县在无条件、有意愿的合作社全面建立党支部，围绕产业建立党小组，培育能人党员，实行村“两委”班子与产业党支部班子成员“双向进入、交叉任职”，将具备条件的村党支部升格为党总支，形成“村党总支+合作社党支部+产业链党小组+能人党员”的党组织设置新体系。其二，全力激活“带动源”。发挥党组织“引领规范”和党员“带头示范”作用，在合作社、生产基地中全面开展设岗定责，把党组织带动力有序有效地融入到合作社建设的方方面面。其三，合理拓展“带动域”。实行综合带动、立体带动，把“1+3”模式的推进深化与开展城乡党组织互帮互助、促进土地流转、争取落实项目、完善村民自治、有序整合农村劳动力资源等有机结合起来。

(二)

调研发现，正是由于抓住了载体和模式设置这两个核心问题，林西县积极创新基层党组织建设的成效正从多个层面显现。一方面，基层党建工作重心实现了与时俱进的推进，党在农村的执政基础更为巩固。推行“1+3”党组织设置模式以来，由于有了合作社作为服务人民群众的载体，基层党组织服务群众的重心从以前的宏观、粗放、低覆盖转向微观、具体、高覆盖，由原来的大包大揽管理型转向保姆服务型；由于把农村优秀分子、能人党员团结在党组织周围，积极发挥这一农村社会先进力量的先锋模范作用，增强了农村基层党组织的社会凝聚力、向心力，受到广大人民群众热烈欢迎。而且，农民党员在合作社生产经营中强化了荣誉感、使命感，党员行权履职更加主动，党组织吸引力更强。另一方面，在提升基层党组织凝聚力的同时，促进了基层党建与经济的双赢。在合作社中引入“1+3”党组织设置模式，一个最明显的成效就是，把党的领导力量和组织优势融入合作社的发展中，使党组织成为农村合作经济的领导者、推动者和实践者，并引入监督机制，从而有效保障了农民利益不受损害，使合作社发展具有可持续性，切实引领、推动了农村经济发展。截至目前，全县农民专业合作社发展到355个，受益农民6.1万人。

当前，党的群众路线教育实践活动正在如火如荼地进行，积极创新基层党建、服务人民群众，对于改善党群干群关系，保持党同人民群众的血肉联系，夯实党执政的组织基础，意义重大。林西县创新基层党建工作的实践充分表明，服务群众是基层党组织建设的根本价值取向，只有充分树立“功在长远”的工作观念，找准切入点、建立良好的运行机制，才能更好地推动党组织建设的步伐，从而更好地服务人民群众，巩固党的执政基础，凝聚发展的向心力，为实现中华民族伟大复兴的中国梦汇聚起磅礴力量。

本版编辑 欧阳优



充分竞争才能赢得更好服务

吴锋

最近，中国电信与网易就OTT业务“联姻”，推出新一代移动即时通讯社交产品“易信”，直接“叫板”一家独大的“微信”。只有充分竞争才有更好服务。激发市场活力，让广大消费者受益，需要更多像“易信”这样有助于搞活竞争的“搅局者”涌现，需要我们从体制机制上打破垄断，用竞争锻造出企业真正的市场竞争力。

毋庸置疑，“高高在上”的电信运营商放下身段主动谋变，本身就是“微信”竞争压力下的产物。如今，“微信”用户已超4亿，千千万万消费者从中获得即时通讯服务，但也未免让人产生另外一种担心：缺乏竞争对手的格局，能否保证持久的高品质服务。“易信”的出现，在客观上会逼迫“微信”时刻重视创新与服务能力，时刻重视用户的体验与感受，时刻重视企业自身竞争力。尽管我们难以对未来“两虎之

争”的胜败加以准确预测，但有一点完全可以肯定，那就是“易信”会令接下来的OTT业务竞争进入全新局面，谁令消费者更满意，谁就会在这场竞争中胜出，谁就能最终赢得市场。

竞争是市场的天然基因，而非垄断。从长远看，垄断没有好与坏，只有坏与更坏，不管在什么领域、对何种属性的企业，均是如此。现在，我国一些企业仍靠着行政或天然形成的垄断地位，不思创新，不屑于在提升质量上下功夫，抑制了市场活力，甚至损害了消费者的利益。今年初，就曾有报道称，某移动运营商近乎同价的通信套餐在香港和内地提供的服务有着天壤之别：香港地区用户每个月大约需人民币55元，就能享受到1600分钟通话、10000条短信以及不限上网流量等服务，且本地Wi-Fi免费；而该运营商在内

地推出的58元3G套餐，则仅含每月本地通话350分钟，数据流量10MB左右。内地高价低质，根源在于缺乏有效竞争。在内地，3大通信运营商处于垄断地位，用户选择范围有限，运营商相对用户在定价权上更强势，甚至无需竞争就能获得巨大收益。而香港地区市场竞争相对充分很多。

形成公平参与竞争的环境，是我国市场经济完善的重要方向。前几天，《国务院关于改革铁路投融资体制 加快推进铁路建设的意见》发布，提出全面放开铁路建设市场，建立铁路公益性、政策性运输补贴制度安排，为社会资本进入铁路、平等参与竞争创造了条件。这是一个好的开始，也是一个好的示范。期待包括铁路等在内地越来越多的垄断领域敞开大门，让市场在竞争中完善，让消费者在市场完善中分享改革发展成果。

“竞争是市场的天然基因，只有充分竞争才有更好服务。未来，期待越来越多的垄断领域敞开大门，让市场在竞争中完善，让消费者在市场完善中分享改革发展成果。”