

信息消费现状分析与 对策研究

王丹中 赵佩华 等著

高等教育出版社

信息消费现状分析与对策研究

Xinxi Xiaofei Xianzhuang Fenxi Yu Duice Yanjiu

王丹中 赵佩华 等著

高等教育出版社·北京

内容提要

本书系统论述了信息消费研究的基本问题与推进政策,具体分析了信息时代与信息需求,探讨了信息消费现状与存在的问题,分别从信息消费力、农村信息消费、高校信息消费等方面分析了信息消费水平评价指标的构建,论述了信息产业发展、信息服务业发展、电子商务业发展,阐述了信息消费与产业发展路径,提出了扩大信息消费拉动力的政策举措。

本书理论与实践相结合,数据翔实,对于信息消费问题研究与推进政策研究具有一定的学术参考价值。

图书在版编目(CIP)数据

信息消费现状分析与对策研究 / 王丹中等著. —北京: 高等教育出版社, 2014. 12
ISBN 978-7-04-041700-5

I. ①信… II. ①王… III. ①信息消费—研究 IV. ①F014.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 294893 号

策划编辑 陈皓

责任编辑 陈皓

封面设计 钟雨

版式设计 于婕

插图绘制 宗小梅

责任校对 杨凤玲

责任印制 毛斯璐

出版发行 高等教育出版社

社址 北京市西城区德外大街4号

邮政编码 100120

印刷 北京玥实印刷有限公司

开本 787mm×960mm 1/16

印张 11.5

字数 160千字

购书热线 010-58581118

咨询电话 400-810-0598

网址 <http://www.hep.edu.cn>

<http://www.hep.com.cn>

网上订购 <http://www.landdraco.com>

<http://www.landdraco.com.cn>

版次 2014年12月第1版

印次 2014年12月第1次印刷

定价 39.00元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请到所购图书销售部门联系调换

版权所有 侵权必究

物料号 41700-00

序

信息消费作为经济社会发展转型过程中的一种新形态，不但能拉动居民消费，而且更重要的是能拉动产业发展。国发〔2013〕32号文件指出：“加快促进信息消费，能够有效拉动需求，催生新的经济增长点，促进消费升级、产业转型和改善民生，是一项既利当前又利长远、既稳增长又调结构的重要举措。”学习领会、贯彻落实文件精神，我们不仅要关注信息消费规模，更要关注信息消费的质量；不仅要看到信息消费对近期经济增长的作用，还要考虑对中长期经济发展的影响，更要减少消费边际效用递减规律的冲抵；不仅要看到消费扩张对经济增长的拉动，更要关注如何通过信息消费加快社会发展转型的步伐，加快社会经济现代化的步伐，加快人的现代化，提高全社会的创新能力。因此，我们不管是从供给方面出发，还是从需求群体出发，促进信息消费不仅要在理论上开展研究，更要从实践上能与经济增长、结构调整、转型升级、创新发展和人的发展建立能评价、可测度的实际关系。

互联网的普及和网络信息资源的丰富，为终身教育、学习型社会提供了现实基础；高等教育的普及和以网络为创新平台的模式，使创新进入了一个新的发展阶段。促进人的成长，促进创新发展是信息消费的使命，也是在促进信息消费过程中抵消边际效用递减规律的重要内容。

信息消费的范围广，产业关联度大，当前和长远的关系复杂，因此必须坚持发挥市场配置的决定性作用，区分好政府和市场的关系。政府主要是创

建和完善信息消费发展的环境,重点要为制度创新和商业模式创新创造条件,为信息消费的成长搭建起用得上、用得起、用得好的网络环境,为基于网络的产业发展在技术和政策方面给予保障,重视网络信息安全,为信息消费的发展保驾护航。

当前,信息消费正处于发展期,需要持续艰苦的理论探索和实践创新。本书作者以宽阔的视野、敏锐的观察,在进行广泛调研、积极探索、精心设计的基础上,通过多角度的分析,对信息消费产业的发展路径、信息服务业的发展思路,以及扩大信息消费拉动力的政策举措等方面,提出了很好的见解和观点,为进一步促进信息消费提供了高质量的精神食粮,对贯彻落实信息消费政策是十分有益的,值得理论研究者 and 实践工作者一读。

是以为序。

江苏省信息化专家委员会委员
南京大学计算机系教授、博导 谢俊元



2014年11月

前言

当前，国家高度重视促进信息消费扩大内需，先后出台了《国务院关于大力推进信息化发展和切实保障信息安全的若干意见》、《国务院关于促进信息消费扩大内需的若干意见》和《国务院关于印发“宽带中国”战略及实施方案的通知》等文件，工信部已在全国范围内开展了信息消费试点城市创建工作。

本书是对信息消费问题与推进政策的探讨性研究，依据研究目标和研究内容，认真分析了国内外信息消费的现状；查阅了国家、江苏省、相关省市及常州市出台的相关信息消费文件与政策，深入探析了信息消费需求与信息消费的内涵；深入研究了如何为大力促进信息消费和加快产业转型升级创造有利的政策环境，围绕促进经济结构转型升级发展的大局，将促进信息消费与智慧城市建设有机结合，将促进信息消费与产业转型升级有机结合，将促进信息消费与繁荣商贸流通、扩大内需有机结合，营造促进信息消费、发展新型信息产品与信息服务业、加快产业转型升级的浓厚氛围，以加快经济社会发展，实现新跨越。本书注重数据与内容的新颖性、前沿性，同时考虑系统性与完整性，尽量吸收前人的优秀研究成果，以及最新的相关内容和方法，并以常州市为例说明信息消费推进政策如何实施。

全书共分9章，第1章信息消费与信息需求，阐述了信息时代与信息需求、信息消费的定义、信息消费的内涵与特征、信息消费的双重效应、信息

消费促进信息产业的发展；第2章国内外信息消费研究综述，包括国外信息消费研究综述、国内信息消费研究综述，并对比了国内外信息消费研究的区别；第3章信息消费现状与问题分析，分析了信息消费发展现状与信息消费结构，以及信息消费存在的问题；第4章信息消费水平评价指标研究，分别从信息消费力、农村信息消费、高校学生信息消费等方面，分析了信息消费水平评价指标的构建；第5~7章，在分析国内信息消费相关信息产业、服务业和电子商务业现状的基础上，以常州市为模型，论述了信息产业发展、信息服务业发展、电子商务业发展的路径；第8章信息消费与产业发展路径研究，探讨了信息消费对产业发展的带动作用 and 长期影响，研究了信息消费推动经济持续快速增长的动力机制和带动产业发展的作用机制；第9章扩大信息消费拉动力的政策举措，阐述了扩大信息消费总体战略的制定，发展信息基础设施建设促进信息消费的举措，提升信息消费公共服务水平的政策举措，加快培育信息消费增长热点的政策举措，积极发展新型信息消费业态的政策举措，以及优化改善信息消费环境的措施保障。

本书主要由王丹中和赵佩华著写，蒋卫祥和张静也参与了本书的著写，做了大量的具体工作。

在本书的著写过程中，参考了大量的相关文献，由于篇幅所限，未能列出全部文献。在此一并对所有参考文献的作者表示真诚的谢意。

由于时间仓促，水平有限，书中难免有不足和欠妥之处，敬请各位专家和读者不吝指正。

著者

2014年11月

目录

第 1 章 信息消费与信息需求	1
1.1 信息时代与信息需求	1
1.2 信息消费	4
1. 广义与狭义的信息消费	5
2. 直接与间接的信息消费	5
3. 内涵与外延的信息消费	6
1.3 信息消费的内涵与特征	7
1. 信息消费的内涵	7
2. 信息消费的特征	8
1.4 信息消费的双重效应	11
1. 信息消费具有边际消费倾向递增的趋势	11
2. 信息消费具有双重效应	12
1.5 信息消费促进信息产业的发展	12
1. 信息消费使得信息技术大发展具备了市场条件	12
2. 信息消费引致现代信息服务业迅速发展	13
3. 信息消费业自身不断涌现新热点和新发展	14
4. 信息消费产业链发展趋势和热点	14

第2章 国内外信息消费研究综述	17
2.1 国外信息消费研究综述	17
1. 信息消费行为研究	18
2. 信息消费社会研究	19
3. 信息消费评价研究	19
4. 发达国家促进信息消费的政策措施	20
2.2 国内信息消费研究综述	21
1. 信息消费理论体系研究	21
2. 信息消费问题研究	22
3. 信息消费水平评估	23
2.3 国内外信息消费研究的区别	23
1. 国内外学者对于信息消费的研究视角不同	24
2. 国内外学者对于信息消费的研究内容不同	24
3. 国内外学者对于信息消费的研究方法不同	25
第3章 信息消费现状与问题分析	27
3.1 信息消费发展现状	27
3.2 信息消费结构分析	31
1. 信息消费主体结构	31
2. 信息消费发展的区域结构	35
3. 信息消费发展的城乡结构	37
3.3 信息消费存在的问题	37
1. 信息成本问题	37
2. 信息产业发展制约问题	39
3. 信息消费环境问题	41
第4章 信息消费水平评价指标研究	45
4.1 信息消费力指标体系构建	45
1. 信息消费力指标体系确立原则	45
2. 信息消费力的影响因素	46

3. 信息消费力评价指标体系的内容	47
4.2 我国农村信息消费水平指标体系构建	49
1. 农村信息消费水平指标体系构建	49
2. 农村信息消费水平评价体系影响因素	50
3. 农村信息消费水平评价指标体系构建	51
4.3 高校学生信息消费水平评价	52
第5章 信息产业发展研究	55
5.1 信息产业与信息消费	55
5.2 国内信息产业发展现状	56
1. 产业规模稳步扩大	56
2. 产业增速保持领先	57
3. 国际地位日趋稳固	57
5.3 新一代信息技术产业的发展现状	57
1. 信息通信网络平台	58
2. 物联网与计算平台	61
3. 高性能集成电路	61
4. 存储平台	63
5. 新型平板显示	63
6. 电子信息产业发展现状	64
5.4 信息基础促进信息消费的国外实践分析	67
1. 美国	67
2. 欧盟	67
3. 韩国	67
5.5 实例分析	69
1. 常州信息技术产业的发展现状	69
2. 常州信息化发展水平	72
3. 常州发展新一代信息技术产业的特色	73
第6章 信息服务业发展研究	75
6.1 现代信息服务新业态分析	75

1. 数字教育	75
2. 网络医疗	76
3. 数字旅游	77
4. 数字社区	78
5. 数字媒体	79
6. 电子金融	80
7. 现代物流	80
6.2 信息服务业存在的问题	81
1. 单位规模偏小, 竞争力较弱	81
2. 区域发展极不平衡	82
3. 吸引外资的数量和力度不够	82
4. 信息服务业的研究活动较为单一和薄弱	82
5. 信息服务机构管理体制和协调机制不健全	82
6. 信息服务业政策法规不健全	83
6.3 实例分析	83
1. 常州软件和信息服务业分析	83
2. 常州信息服务产业发展方向	86
3. 常州信息服务业重大项目建议	87
第7章 电子商务业发展研究	89
7.1 电子商务产业发展带动信息消费研究	89
1. 催生了电子商务运营服务业	89
2. 带动了网络零售业的大发展	90
3. 促进了企业渠道的垂直化	91
4. 导致了传统商业模式的根本性变革	91
7.2 电子商务业发展现状分析	92
1. 电子商务行业成为我国经济发展新引擎	92
2. 各行各业电子商务业发展现状分析	94
3. 电子商务对经济产生巨大的溢出效应	103
7.3 实例分析	104

第 8 章 信息消费与产业发展路径研究	107
8.1 信息消费对产业发展的带动作用 and 长期影响	107
1. 信息消费对产业发展的带动作用	109
2. 信息消费对产业发展的长期影响	115
8.2 信息消费推动经济持续快速增长的动力机制	121
1. 消费需求的增长是推动经济持续增长的主要力量	121
2. 技术进步是推动产业结构升级的物质基础	121
3. 体制政策引导是产业优化及转型的体制保障	122
8.3 信息消费带动产业发展的作用机制	125
1. 信息消费作用于产业发展	125
2. 企业受益于信息消费	126
8.4 信息产业带动常州产业发展的路径	126
1. 构建典型的信息消费服务平台	127
2. 确立信息消费的重点发展方向	128
第 9 章 扩大信息消费拉动力度的政策举措	131
9.1 制定扩大信息消费促进产业发展的总体战略	131
9.2 发展信息基础设施建设促进信息消费的举措	131
1. 宽带城市深化工程	132
2. 无线城市品牌工程	132
3. 下一代互联网试点工程	132
4. 公共信息资源开发利用工程	133
5. 三网融合推进工程	133
9.3 提升信息消费公共服务水平的政策举措	134
1. 加快发展现代信息服务业	134
2. 推进重大公共服务平台建设	134
3. 推动公共信息资源共享利用	135
4. 加快智慧城市建设	136
9.4 加快培育信息消费增长热点的政策举措	136
1. 推进高端软件的研发	136

2. 组织攻关产品关键技术	137
3. 支持智能终端产品高端发展	137
4. 推动云计算与大数据建设	137
5. 加快产业载体建设步伐	138
6. 推进数字内容产业结构升级	138
9.5 积极发展新型信息消费业态的政策举措	138
1. 模式创新行动——促进信息服务业态模式创新	139
2. 电子商务行动——推动电子交易和商务平台做大、做强	139
3. 配套建设行动——完善电子商务配套体系建设	141
4. 技术应用行动——引导企业深化信息技术应用	141
5. 信息下乡行动——组织实施“信息下乡”工程	142
9.6 优化改善信息消费环境的措施保障	142
1. 强化组织领导、创新工作机制	143
2. 配套政策和措施	143
附录 A 国务院关于促进信息消费扩大内需的若干意见	147
附录 B 江苏省人民政府关于促进信息消费的实施意见	157
主要参考文献	167

第 1 章

信息消费与信息需求

1.1 信息时代与信息需求

21 世纪是信息经济时代，信息成为个人、组织竞争力的重要构成要素，伴随着信息的不断社会化和社会的不断信息化，越来越多的人将越来越多地消费信息，消费者将从信息消费中获得越来越多的效用。信息不仅成了重要的生产要素，而且也成了人们日常生活中必不可少的资源，在很大程度上，信息利用决定了社会的进步和发展。

我们可以用信息化水平总指数来衡量一个国家或地区的信息化发展水平。所谓信息化水平总指数是以行政区域为单元，评价国民经济和社会信息化发展水平的综合性指标，可以用来衡量社会利用信息通信技术创建、获取、使用和分享信息及知识的能力，以及信息化发展对社会经济发展的推动作用。由于其计算方便，数据易得，结论直观，实用性强，因此可以宏观地反映社会信息化程度的纵向趋势并可进行横向比较。

该指数最早由国家统计局于 1996 年研究提出，由基础设施与建设、使用费率与负担能力、知识与应用能力、使用与普及程度、环境与应用效果 5 个分类指数构成。2011 年，北京信息化发展指数达到 1.077，位居全国第一，长三角地区信息化发展指数分别为：上海 0.982、浙江 0.828、江苏 0.815、安

徽 0.668。表 1-1 所示为 2000—2011 年我国信息化发展指数的变化情况（数据来源于国家统计局科研所 2012 年发布的《2012 年中国信息化发展指数(Ⅱ)研究报告》）。

表 1-1 2000—2011 年我国信息化发展指数的变化情况

年份	2000	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
总指数	0.494	0.589	0.611	0.633	0.654	0.681	0.707	0.732
基础设施指数	0.179	0.309	0.335	0.354	0.359	0.389	0.417	0.450
产业技术指数	0.646	0.808	0.840	0.869	0.897	0.914	0.941	0.980
应用消费指数	0.349	0.442	0.461	0.505	0.551	0.598	0.644	0.677
知识支撑指数	0.726	0.752	0.772	0.777	0.792	0.803	0.822	0.831
发展效果指数	0.571	0.633	0.647	0.659	0.670	0.701	0.711	0.723

信息化水平总指数并非完美无缺，它仍有一些有待改进的地方：从本质上讲，①这种测度方法是一种间接测度方法，其测度结果的准确性缺少客观评价标准。②这种方法在实际测算时极易受到具体测算操作人员的主观选择影响，主要原因是在评价指标体系的选择上和评价指标权数的确定上都不可避免地有人为因素参与其中。特别是在评价指标体系选择上，这种方法要求指标之间应保持尽可能低的相关性，但实际中很难达到。③在进行横向或纵向比较时，对比基数的选择对评价结果有重大影响，因为对比方法本身具有局限性。因此，在进行实际测度时，一定要合理确定对比基数，才能得出比较客观的结果。

据工信部信息化推进司 2013 年发布的《中国信息化发展水平评估报告》数据，测算方法与上述方法基本一致，但量纲和基数不同（不影响测度的对比），数据显示，2010 年以来，国民经济和社会发展信息化快速推进，经济和社会各行业各领域信息化呈现出快速发展势头，全国信息化指数从 2010 年的 52.94，提升到 2012 年的 74.84，年均增长 18.9%。上海高居第一位（111.02），浙江位列第三（97.98），江苏位列第五（95.32），安徽位列第 19 位（67.91），如表 1-2 所示。

表 1-2 2012 年各省市信息化指数表

序号	省份	数值	序号	省份	数值	序号	省份	数值
1	上海	111.02	12	海南	73.7	23	内蒙古	65.93
2	北京	110.59	13	宁夏	73.55	24	云南	65.38
3	浙江	97.98	14	山西	70.95	25	黑龙江	65.09
4	天津	97.85	15	河北	69.47	26	湖南	62.89
5	江苏	95.32	16	广西	69.01	27	甘肃	61.79
6	福建	94.3	17	吉林	68.9	28	河南	61.39
7	广东	93.98	18	四川	68.77	29	青海	60.19
8	山东	77.96	19	安徽	67.91	30	贵州	58.08
9	湖北	76.34	20	新疆	67.32	31	西藏	53.32
10	陕西	74.62	21	江西	66.39			
11	辽宁	73.97	22	重庆	66.18			

进入 21 世纪,信息社会的轮廓逐渐清晰起来。随着信息化水平的不断提高、居民信息需求的高涨,以及信息应用的不断深化,衡量居民信息消费水平及信息应用现状的各类指标也应运而生(如图 1-1、图 1-2 所示,数据来源于工信部信息化推进司 2013 年发布的《中国信息化发展水平评估报告》),通过这些指标可以大致了解我国信息化的发展进程,同时也反映出我国居民信息消费能力的变迁。这些有效的信息应用可以直接反映在居民的信息消费支出占家庭总支出的比重中,可以用居民信息消费指数、信息消费力、消费电子产品信息化指数等来衡量。

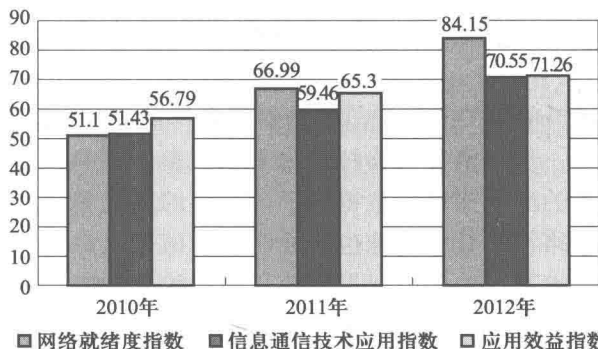


图 1-1 2010—2012 年网络就绪度指数、信息通信技术应用指数和应用效益指数对比图

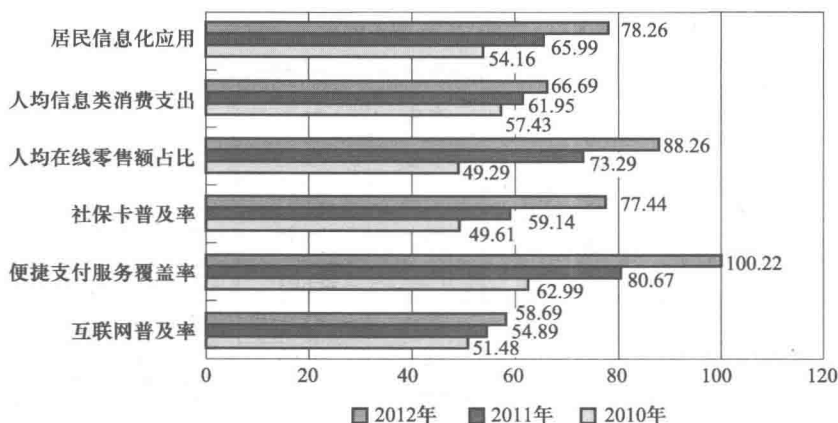


图 1-2 2010—2012 年全国信息化应用指数分类指标变化情况图

信息需求是信息消费的 4 个基本阶段之一，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，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。

1.2 信息消费

在家观看有线电视节目算不算信息消费？企业为内部网络扩容购置了几台大型服务器算不算信息消费？在当当网上购买一本纸质图书算不算信息消费？文字本身就是信息的一种表现形式，那么在书店购买纸质图书也能算是信息消费吗？

尽管随着《国务院关于促进信息消费扩大内需的若干意见》（以下简称《意见》）的出台，信息消费作为拉动内需、提振经济的新引擎，已经引发了信息通信业界的深入探讨，也得到了全社会的广泛关注，促进信息消费的意义、作用、路径和具体措施也已经明确，但是《意见》中并没有明确给出信息消费的定义。关于如何界定信息消费，仍被诸多专家和业内人士热烈讨论着，我们不妨从广义与狭义、直接与间接、内涵与外延三个维度对其进行定义。