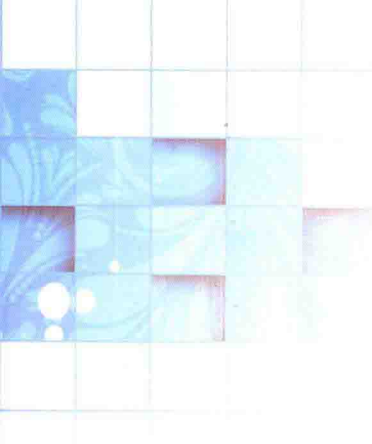




信息消费对产业转型升级的 带动效应研究

Study on the Driving Effect of
Information Consumption for Industrial
Transformation and Upgrading

◆ 刘 慧 / 著

中国财经出版传媒集团



经济科学出版社
Economic Science Press

信息消费对产业转型升级的 带动效应研究

Study on the Driving Effect of
Information Consumption for Industrial
Transformation and Upgrading

◆ 刘 慧 / 著

中国财经出版传媒集团



经济科学出版社
Economic Science Press

图书在版编目 (CIP) 数据

信息消费对产业转型升级的带动效应研究/刘慧著.
—北京: 经济科学出版社, 2017.5
ISBN 978-7-5141-7996-5

I. ①信… II. ①刘… III. ①信息消费-影响-
产业结构升级-研究-中国 IV. ①F269.24

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 099628 号

责任编辑: 范莹

责任校对: 刘昕

责任印制: 李鹏

信息消费对产业转型升级的带动效应研究

刘慧 著

经济科学出版社出版、发行 新华书店经销

社址: 北京市海淀区阜成路甲 28 号 邮编: 100142

总编部电话: 010-88191217 发行部电话: 010-88191522

网址: [www. esp. com. cn](http://www.esp.com.cn)

电子邮件: [esp@ esp. com. cn](mailto:esp@esp.com.cn)

天猫网店: 经济科学出版社旗舰店

网址: [http://jjkxcbs. tmall. com](http://jjkxcbs.tmall.com)

北京季蜂印刷有限公司印装

710×1000 16 开 14 印张 200000 字

2017 年 5 月第 1 版 2017 年 5 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-5141-7996-5 定价: 45.00 元

(图书出现印装问题, 本社负责调换。电话: 010-88191510)

(版权所有 侵权必究 举报电话: 010-88191586)

电子邮箱: [dbts@ esp. com. cn](mailto:dbts@esp.com.cn))

序 一

消费升级，是中央提出的具有战略意义的新命题。我国经济也已经进入新的发展阶段，在新时期，有效形成依靠消费、投资和出口协调拉动经济增长已成为重要而紧迫的任务。

在我国经济社会发展的新时期，由于技术、经济、社会以及制度条件的不断变化，消费新增长点也在不断发展和变化。随着消费层次不断提升，消费结构升级显著，信息消费已经成为我们国家新的增长点，对扩内需作用也已经逐步显现。

信息消费对技术进步、供给改善、市场竞争、收入分配和政府监管等因素都会产生影响，研究信息消费对这些领域的影响显得尤为重要。刘慧从信息消费的角度切入研究我国产业结构转型升级的影响对当下扩大信息消费、促进经济可持续发展是一个很好的例证。

刘慧是我的学生，从硕士阶段开始一直从事消费领域的相关研究，有较强的科研能力，发表了多篇核心期刊，并参与多项相关领域的课题研究。刘慧在这篇研究中做了大量的前期研究工作，我们也经常分析讨论。

这篇研究在数据有限的情况下，创新性的刻画出消费结构升级的一般规律以及我们国家所处的阶段，并发现我们国家与发达国

家消费结构升级过程的不同之处是在消费结构升级阶段，我国就出现了信息消费的快速发展。这项研究成果对扩大信息消费促进产业结构升级从而推动经济可持续发展提供了有益的参考和力证。

刘慧对信息消费如何促进三次产业的优化升级也做了详细的分析，并论证了在我国信息消费带来新一轮的产业革命下，我们国家的产业投入产出比还不高，提升我们的产品和服务的供给力还任重而道远。另外，研究还分析了信息消费增速越快，对总产出的拉动就越强。这也证明了为什么我们国家要扩大信息消费来扩大内需。

综上所述，我相信本研究能够有助于读者在较短时间内全面、深入了解信息消费的相关经济知识。

希望这本书的出版能起到抛砖引玉的作用，让更多的学者加入到这个领域的研究中。基于这个期望，我愿意为本书做序。

首都经济贸易大学原校长 文魁

2016年12月10日

序 二

改革开放以来，中国居民消费不断增长，对满足需求，促进经济发展和产业结构升级发挥了重要的支撑作用。当前，中国经济已经进入新的发展阶段，正处于全面建成小康社会的关键期和战略机遇期。在新时期，有效形成依靠消费、投资和出口协调拉动经济增长已成为重要而紧迫的任务。培育和扩大消费新增长点，不仅能够满足居民不断增长的消费需求，而且也是中国经济可持续发展的战略基点。

到 2013 年底，中国已超过美国成为全球最大的网络零售市场。随着城乡居民消费水平的不断提高，消费层次不断提升，消费结构升级显著，中国已逐步形成支撑信息消费的产业链，信息消费的扩内需作用已经逐步显现。

随着居民消费的倾向和潜力的不断提高，一方面，信息消费将颠覆居民传统的消费方式和生活方式；另一方面，全球经济从工业经济向信息经济转型，信息消费不但直接作用于信息产业，还通过对其他行业的信息化，间接地促进了其他产业消费规模提升，既包括旅游、文化、养老等新消费热点，也包括制造业、物流、农牧等传统行业，从而带动整个产业结构的优化调整和转型升级。

刘慧的这篇研究在研究数据有限的情况下，创新性的刻画出消

费结构升级的一般规律以及中国所处的阶段，我们国家在消费结构升级阶段，中国就出现了信息消费的快速发展，这是与发达国家消费结构的不同之处。这项研究成果对扩大信息消费促进产业结构升级从而推动经济可持续发展提供了有力的参考和力证。

研究用数据分析了信息消费如何促进三次产业的优化升级，并论证了中国信息消费虽然带来新一轮的产业革命，但我们国家的产业投入产出比还不高，提升我们的产品和服务的供给力还任重而道远。

研究还证明信息消费增速的差异对总产出的拉动差异也是呈现放大效应的，即信息消费增速越快，对总产出的拉动就越强。这也证明了为什么我们国家要扩大信息消费来扩大内需。

综上所述，我相信本研究能够有助于读者在较短时间内全面、深入了解信息消费的相关经济知识。

希望这本书的出版能起到抛砖引玉的作用，让更多的学者加入到这个领域的研究中。基于这个期望，我愿意为本书做序。

国务院发展研究中心 刘培林

2016年10月11日

前 言

中国已成为世界第二大经济体，消费超过投资成为拉动经济增长的第一引擎。到 2013 年底，中国已超过美国成为全球最大的网络零售市场。随着城乡居民消费水平的不断提高，消费层次不断提升，消费结构升级显著，中国已逐步形成支撑信息消费的产业链，信息消费的扩内需作用已经逐步显现。随着居民消费的倾向和潜力的不断提高，一方面，信息消费将颠覆居民传统的消费方式和生活方式；另一方面，全球经济从工业经济向信息经济转型，信息消费不但直接作用于信息产业，还通过对其他行业的信息化，间接地促进了其他产业消费规模提升，既包括旅游、文化、养老等新消费热点，也包括制造业、物流、农牧等传统行业，从而带动整个产业结构的优化调整和转型升级。

已有的信息消费和产业结构关联的研究相对较少，这主要与我国是世界制造业大国和重工业发展的阶段有关。现有的研究比较零碎，缺乏系统性和完整性，研究深度不够，未能提出完整的分析框架。因此，在已有研究基础上，借鉴发达国家的经验，研究消费结构升级的普遍规律，并从中国国情出发，研究信息消费的产业结构效应，以及信息消费对中国总产出的拉动力是本书研究的主题。

本书主要开展以下系统性研究工作：（1）基于工业结构相似

法对美国与主要发达国家、发展中国家消费结构的相似度比较,研究消费结构升级的一般规律和中国的消费轨迹。(2)对我国信息消费的现状进行判断,梳理消费结构升级阶段的产业发展状态,并分析信息消费对三次产业的内部影响。(3)基于VAR模型,对影响产业结构的因素进行协整分析、脉冲响应分析,研究信息消费所占比重对产业结构影响的大小。(4)基于投入—产出模型研究信息消费对总产出的拉动,以及对信息消费拉动总产出的趋势进行预测。

通过以上研究,本书得出的主要研究结论包括:(1)消费结构升级是有一般规律的,中国的消费结构符合国际一般规律,但在消费结构升级阶段,中国就出现了信息消费的快速发展,这是与发达国家消费结构的不同之处。(2)将影响产业结构变动的外贸、收入、消费和政府因素考虑进去,发现城镇居民通信消费对第三产业有长期的正向影响,并且城镇居民通信消费支出比城镇居民人均可支配收入对第三产业的拉动强,而政府财政支出和外贸对第三产业的影响是负向的。(3)信息消费也将带来新一轮的产业革命,中国有巨大的信息消费市场,新兴业态与传统业态的融合发展也将是必然趋势,信息消费结构对工业结构的影响直接体现在我国信息化与工业化的深度融合上,引导中国制造向中国智造转型等;信息消费结构对农业现代化的影响主要体现在推动农业信息化水平,推动农业机械化,精准作业等方面。信息消费结构对服务业的影响主要体现在,促进服务业内部信息化智能化程度提高,如互联网金融、车联网、物流智能化等;促进生活性服务业信息化、智能化,如智能家居、移动医疗等。(4)通信设备、计算机及其他电子设备制造业对总产出的贡献要高于信息传输、计算机服务和软件业;比较中美信息消费增加对总产出的投入需求,发现同样

增加一单位的消费，中国的产业投入比美国要多1个单位，中国产业的产品和服务的供给力还有很大提升空间；信息消费增速的差异对总产出的拉动差异也是呈现放大效应的，即信息消费增速越快，对总产出的拉动就越强。

通过理论分析和实证检验，本书提出的政策建议主要包括：不断完善信息基础设施建设；提升信息产品和服务供给力；增强居民个体信息消费能力；构建有序安全的信息消费环境。

目 录

第1章 绪论	1
1.1 研究背景及问题的提出	1
1.1.1 研究的背景	1
1.1.2 研究的意义	2
1.2 研究思路和研究方法	4
1.2.1 研究思路	4
1.2.2 研究方法	6
1.3 主要创新点和不足	7
1.3.1 主要创新点	7
1.3.2 难点和不足	8
第2章 理论渊源和文献梳理	10
2.1 信息消费的基本理论	10
2.2 产业结构升级的相关理论	11
2.2.1 产业结构演进趋势	11
2.2.2 工业结构演进	13
2.2.3 主导产业演变理论	14

2.3	产业结构发展的阶段性变化研究	16
2.3.1	产业结构阶段性变化的一般规律	16
2.3.2	产业结构阶段性变化的驱动因素	17
2.3.3	产业结构阶段性变化的特征	18
2.4	我国信息消费与产业结构关联的研究	19
2.4.1	消费结构与产业结构关联的相关研究	19
2.4.2	信息消费与产业结构关联的相关研究	21
第3章	信息消费影响产业结构的机理及规律	23
3.1	信息消费的内涵	23
3.1.1	信息消费概念的界定	23
3.1.2	信息消费的特征和作用	27
3.1.3	发展信息消费的意义	31
3.2	信息消费影响产业结构的机理	36
3.2.1	信息消费促进产业结构演变的动因	36
3.2.2	信息消费影响产业链贡献的机制分析	39
3.3	信息消费作用产业结构变动的规律	43
3.3.1	信息消费与消费结构升级规律	43
3.3.2	消费结构升级与产业结构演进	51
第4章	我国信息消费升级和产业结构变迁	55
4.1	我国信息消费升级进程	55
4.1.1	我国信息消费的现状 & 国际比较	55
4.1.2	我国信息消费的发展趋势 & 影响因素	79
4.2	消费结构升级对产业发展影响的时间序列分析	87
4.2.1	不同消费结构升级阶段对应的产业发展 状态	87

4.2.2 居民产品和服务消费结构升级的国际 比较	97
4.3 信息消费对三次产业结构的影响	100
4.3.1 新常态下信息消费拉动产业结构升级的 案例分析	100
4.3.2 信息消费结构对工业结构的影响	106
4.3.3 信息消费结构对农业现代化的影响	108
4.3.4 信息消费结构对服务业结构的影响	111
第5章 信息消费升级与产业结构关联效应	121
5.1 信息消费与产业结构的动态匹配	121
5.1.1 信息消费结构的合理性判断	121
5.1.2 消费结构合理度变化的产业特征	125
5.1.3 影响消费结构合理度变化的特征及与 产业结构的关系	129
5.2 信息消费影响产业结构的 VAR 模型	134
5.2.1 VAR 模型的分析框架	135
5.2.2 指标选取与数据来源	137
5.2.3 信息消费对产业结构影响的实证检验	139
5.3 信息消费对总产出的拉动效应及趋势预测	144
5.3.1 消费结构升级的产业结构效应	144
5.3.2 信息消费的产业结构效应	153
5.3.3 信息消费拉动总产出的趋势预测	158
第6章 信息消费促进产业结构升级的经验借鉴	162
6.1 韩国的经验借鉴和启示	162

6.2 美国的经验借鉴和启示	164
6.2.1 核心技术领先	164
6.2.2 实施国家宽带计划,建设智慧城市	165
6.2.3 注重网络安全,保护知识产权	166
6.3 德国的经验借鉴和启示	167
6.4 新加坡的经验借鉴和启示	168
第7章 研究结论、政策建议与展望	171
7.1 研究结论	171
7.2 我国信息消费促进产业结构升级的对策	174
7.2.1 不断完善信息基础设施建设	174
7.2.2 提升信息产品和服务供给力	175
7.2.3 增强居民个体信息消费能力	176
7.2.4 构建有序安全的信息消费环境	178
7.3 研究展望	180
附录	182
参考文献	188
研究成果	207
后记	209

1.1 研究背景及问题的提出

1.1.1 研究的背景

1978 年改革开放以来,我国经济持续高速增长,已经成为世界第二大经济体。我国城乡居民消费水平不断提高,城镇居民家庭人均消费支出从 1980 年的 412.4 元增至 2013 年的 18022.6 元,33 年增加了近 44 倍;农村居民家庭人均消费支出从 1980 年的 162.2 元增至 2013 年的 6625.5 元,33 年增加了近 41 倍。消费层次不断提升,消费结构升级显著,居民消费逐渐从“生存型”向“发展型”和“享受型”转变,如通信、娱乐等信息产品和服务消费在消费中的比重不断提升。消费结构升级的同时伴随着三次产业结构的调整,其中,第三产业所占比重从 1978 年的 23.94% 上升至 2014 年的 46.6%,首次超过第二产业所占比重。^①

^① 国家统计局网站,《中国统计年鉴 2015》。

我国已经从短缺经济转向过剩经济,原来粗放式、资源消耗、外向型经济发展方式已不可持续,新常态下,市场机制的作用不断增强,消费主导的需求拉动内生增长动力逐步形成。有效需求不足背景下,产业的转型升级是需要需求驱动的,我国的经济增速虽然一直下滑,但其速度比欧美发达国家依然是较快的,随着居民收入的不断提高,居民消费倾向也不断提高,消费结构不断优化升级。欧美发达国家都是先后经历了工业化和信息化,而我国则处于工业化和信息化同时进行的时代。一方面,中国网民是美国网民的两倍多,巨大的人口红利直接催生了信息消费的快速发展,信息消费体量不断扩大,推动了消费结构升级的进程,与传统产业的深度融合发展也很明显。另一方面,由于中国互联网的快速发展以及人口红利,我国消费主导的商业成为可能,形成基于客户端的居民信息消费能够形成促进产业转型升级的倒逼机制。

我国消费结构升级进程中,既有与发达国家相似之处,也面临着更明显、更复杂的问题,而信息消费辐射面广、产业带动作用强,对各个产业以及产业结构的调整影响重大。因此,本书借鉴发达国家的经验,在全球经济格局深度调整、我国经济增速转向中档、经济结构根本性调整形势下,将产业转型升级与信息消费结合,研究中国消费结构升级所处阶段下,信息消费的产业结构效应。

1.1.2 研究的意义

从世界成功经济体的发展来看,产业结构的优化升级是一个国家经济发展的关键,关系到一国经济在世界经济格局中的地位。而

产业结构升级又有自己的规律，不同产业的不同发展速度决定了一国经济的产业结构态势，而不同产业在一定时期供给约束条件下，产量由需求来决定。在产能过剩条件下，投资驱动的经济发展方式必须转向消费、投资、净出口协同拉动。另外，工业化和信息化时代，消费作为先导，信息结构决定着生产结构，从而决定生产方式，也就是说在信息经济条件下，能够实现消费主导型的经济发展方式。

在消费需求中，信息消费已经渗透到各个产业领域，对各个产业发展产生深远影响，并影响着产业格局的重新划分。在信息消费中，居民信息消费是信息消费的源动力和拉动力量。2013年，国务院常务会议将扩内需提上首位，首次明确提出要开发和培育信息消费等新的消费热点，基于互联网的新型信息消费规模达到2.4万亿元，年均增长30%以上。并且信息消费具有边际消费倾向向上的趋势，即随着居民可支配收入的增长，新增的信息消费支出也会不断增加，居民信息消费的意愿不断增强^①。另外，党的十八大强调“信息化与工业化深度融合”，信息消费与产业结构转型升级的深度融合也是其重要组成部分。沃特曼·约克（York. Auterman）在其《信息技术对发展世界的政治影响》中提出信息消费是需求驱动而不是供给驱动。

因此，具体来说，本书研究信息消费对产业转型升级带动效应的影响，有以下重要的理论与现实意义。首先，通过梳理信息消费与消费结构升级的一般规律和产业结构升级的规律，判断我国所处的消费结构升级阶段和产业结构升级阶段，进一步理解我国信息消费的特点和趋势，为我国扩大信息消费以及实现产业结构优

^① 孙克. 信息消费：产业的新路径、经济的新引擎 [J]. 电信网技术, 2013, 39 (12): 56-59.