

国务院近日出台新政,继住房、汽车消费之后推出 重磅举措——

宽带中国：“信息消费”披挂上阵唱大戏



吃喝玩乐 多快好省

智慧生活 就在眼前

——申城一户白领家庭的生活样本

近年来,3G 网络不断完善,移动智能终端高速普及,消费者需求增长,推动网络购物、网络支付、电子商务、在线阅读等信息服务快速发展。移动互联网的生活方式降低了老百姓的生活成本,也带动全新的“信息消费”时代到来。

从过去传统互联网时代“不出门知天下事”到目前位置服务“出行不求人,信息送上门”,个人信息消费不仅满足了人们个性化的生活需求,提高了生活品质,同时促进信息产业升级,带动个人信息消费向更高层次转变,进而拉动内需增长。

家庭每月信息消费账本

手机流量套餐:约 400 元
信息消费的数据流量增长已超过语音和短信服务。在吴晓霖的手机里,APP 客户端 (第三方应用程序)基本涵盖了吃、住、行、用、交友等生活方方面面。“上千万个应用程序,几乎能做任何事情,很难想象没有手机的日子。”

今年 2 月,小两口各花了 5000 多元买了一部 iPhone5 手机。办理每月 189 元的套餐,其中包含 1G 流量,600 分钟通话费,60 条短信和 60 小时 WiFi 时长。“有时不够了,还要再花 10 元包 70M 流量。”

网购费:1000 元
小两口今年的网购花费已超过 5 万元,大头是用来买装修材料和家电。抛开装修因素,小两口在网购上的月平均消费至少 1000 元。

上月网购账单:图书 200 元、服饰 350 元、生活用品 150 元、食品 100 元、电子配件 400 元。

高清电视+宽带套餐:700 元
最近,方鹏订了一款融合百兆宽带、高清电视、国际精品网等多媒体通信业务的套餐,月资费 700 多元。100M 的带宽帮小两口逐步实现了“智慧家庭”的梦想。

看菜单,也不用和服务员交流,拿出手机点菜,菜单可以直接传至厨房,又如火锅店海底捞,最近推出了视频聚餐。“朋友在北京王府井店,而我在上海长寿路店,两桌人可以在视频中一起吃火锅,除了不能碰杯,和面对面聚餐没啥区别。”

网购

从油盐酱醋到装修无所不包

小两口今年刚搬家,原来 60 平方米的二手房换成了 120 平方米的新房。两人都在外企上班,工作强度大,偶尔还加班,很难挤出时间装修。

方鹏说,装修并没有想象中那么累,因为绝大部分材料都是在网上订购、送货上门的。打开电脑,能搜索到多个建材购物网站,输入材料名称,眨眼间各家商铺的报价一一展现;选好订单、填好收货人的手机号码,以前要花半天时间采购,如今半小时就搞定。装修工人还实时用微信发来材料清单,方便核实。

网购达人吴晓霖更厉害。他们家各种生活用品都来自网购,大到音响、电视、冰箱等家电,小到全家衣裤鞋帽、油盐酱醋。“最夸张的一次,她在网上买了一堆扎头发的橡皮筋,价钱还抵不上运费。”

对吴晓霖来说,上网购物,有时也不仅仅图的

是省钱省心,而是一种让人沉迷的体验。她喜欢买了东西后晒到网上。最近就迷上了一款社交类导购 APP,什么品牌的粉底好用、哪家店的裙子靓,都在上面晒图、评论,她还把试穿照发到网上,吸引不少粉丝。

今年,吴晓霖新办了手机流量套餐,每个月有 1G 流量,她的网购生活更加丰富多彩。“用手机随时随地可以网购。我前几天在公交车上就用手机买了一双鞋子,用支付宝钱包,一分钟解决问题。”

10 年前,信用卡的流行让人们享受到了提前消费的便捷;5 年前,电话支付和网上支付成为许多人的首选;而今天,吃饭购物买票后用手机完成支付,则成了时髦的消费方式。

旅游

边走边安排货比三家轻松省钱

上半年,小两口去桂林旅游,订票、订酒店、团购餐点,全程借助手机。“光机票一项,就省了 1000 多元。”

迅速发展的移动互联网,像何方鹏夫妻这样的旅游爱好者提供了很多便利。安装手机 APP,点击后直接可进入相关网页,随时随地掌握旅游信息,还能找到网友们分享的攻略。

“与以往用电脑安排好所有行程不同,我们现在往往边走边安排。”方鹏说,比如到了目的地,突然想去哪个景点,就用手机上淘宝买景点门票;又如,随时随地写游记分享到朋友圈,边拍照边上传到“手机相册 APP”,等回到上海,一本精美的相册已寄到家中……

这次旅游最有惊险的是住宿问题。“我在网上预订了一家酒店,晚上到达目的地后,发现酒店介绍和实际有出入,想换一家。但是人生地不熟,那么晚了酒店还没着落,很着急。”他试着用一款酒店订房 APP 搜索了一下,距离 500 米的地方,就有一家酒店,和此前预订的酒店价格相当。不仅如此,由于过了傍晚 6 时,酒店还有特价房源,比白天便宜 150 元。

信息消费每增加 100 亿元
将带动国民经济增长 388 亿元

所谓信息消费,是指直接或间接以信息产品和信息服务为消费对象的消费活动。以前可能只是打个电话、上一会网,那么现在,随着智能手机的普及,信息消费已涵盖生产、生活多个领域,覆盖信息服务、信息产品以及基于信息平台而拉动的消费。

据世界银行统计,我国人均信息和通讯技术支出远低于发达国家。2007 年美国、日本人均信息和通讯技术支出分别为 3417.38 美元、2455.47 美元,我国仅为 192.69 美元。国内信息消费提升空间巨大。

2012 年,我国信息消费市场规模

达 1.7 万亿元,带动相关行业新增产出近 9300 亿元。今年上半年,我国信息消费规模已达 2.07 亿元,同比上涨 20%。工信部测算,信息消费每增加 100 亿元,将带动国民经济增长 338 亿元。与此同时,今年上半年,我国外需对经济增长的拉动作用明显减弱,货物和服务的净出口对 GDP 贡献率只有 0.9%,扩大内需已成为拉动经济增长的必然选择。在这个原则下,积极寻找消费领域的新增长动力至关重要。

有专家提出,信息消费的口径不明确,但现在业界普遍认为,大致包括的产业有网络游戏、电子商务、通信信息、宽带服务、光纤设备、影视传媒、物联网、云计算等。

从《意见》看出,随着信息消费的

信息消费,现在热得烫手。近日,国务院印发《关于促进信息消费扩大内需的若干意见》提出,到 2015 年,信息消费的规模超过 3.2 万亿元,年均增长 20%以上,带动相关行业新增产出超过 1.2 万亿元。

普及,未来将催生新的经济增长点——智能终端、云计算、电子商务、公共服务信息化、互联网金融。到 2015 年,基于互联网的新型信息消费规模将达 2.4 万亿元,年均增长 30% 以上。基于电子商务、云计算等信息平台的消费快速增长,电子商务交易额超过 18 万亿元,网络零售交易额突破 3 万亿元。

新型消费模式
可使“鱼和熊掌”兼得

面对当前经济下行压力,是像 2008 年那样投资 4 万亿元提振经济?还是不为下滑所动,牺牲一定经济增长,坚定不移地推进结构调整?前者有可能引发新一轮产能过剩,加剧经济

本版撰稿 记者 叶薇

日前,国务院又发布《“宽带中国”战略及实施方案》,这有利于促进信息消费。

信息消费包括哪些领域?未来发展潜力有多大?这份堪称信息消费发展“强力助推器”的文件,为我国未来信息消费发展提供了方向。

信息消费将是继住房、汽车后新的消费热点。

也有专家指出,与发达国家相比,中国的信息基础设施仍显落后。所以,加快固定宽带、4G 网络等信息基础设施建设,都必须加速先行。目前中国的信息安全、隐私保护、网络诚信、知识产权保护等信息消费制度和生态建设还相对落后,需要尽快补课。中国的人均信息消费支出水平较低,民众的信息消费习惯还未完全养成,也需要政策利好来催化,使其加速成为消费热点。另一方面,在当前最具生机的信息消费领域,需要避免政府过度“引导”,甚至直接介入具体的行业判断,避免重演光伏产业一哄而上、终致产能过剩的悲剧。

一组数据说明,移动互联网正以前所未有的深度和广度推动社会发展,改变我们的生活,带动信息消费稳步增长——

今年上半年,我国网民规模达到 5.9 亿,其中手机网民 4.64 亿,占网民总数的 78.5%。

我国智能手机出货量达 2.14 亿部,同比增长 120%。

手机游戏网民人数达 1.61 亿,较 2012 年增长了 15.7%。手机游戏成为网民重要的娱乐方式,呈现出爆发式增长态势。

同互联网一样,获取信息仍是移动互联网的重要特点,目前我国有手机报 3000 多种,新闻客户端超过 3 万。

我国手机应用商店超过百家,手机应用开发超过百万个,应用程序下载量仅次于美国,位居世界第二。

电子商务类应用成为移动互联网应用的一大亮点,今年上半年网络购物用户规模达到 2.71 亿,电子商务交易额达到 5.4 万亿元,与去年相比分别增加了 7.9%和 38.5%。

业内专家表示,从战略角度上说,移动互联网是中国追赶世界先进国家的重要机遇。2G 时代,中国可能落后欧美 20 年;互联网时代,可能落后 5 到 10 年;到了移动互联网时代,中国已是世界第一的用户大国,有机会去和其他信息超级大国同台竞争。

发展移动互联网产业是上海转型发展的重要抓手。根据上海市推进移动互联网产业发展的三年行动计划,到 2015 年末,上海力争成为国内移动互联网产业和创新高地,移动互联网产业经营收入突破 800 亿元,从业人数达到 6 万人。

目前,上海有 4 个移动互联网基地,包括黄浦区的宏慧·盟智园,以手机游戏、芯片研发为主,引进移动互联检测实验室和综合性移动互联公共服务平台;宝山区的博济·智汇园,以移动商务、移动医疗、网络游戏、数字出版为重点;徐汇区的易园,专门吸纳具有发展潜力的微小移动互联网创业团队;浦东新区的金桥由创新园,以移动视讯、移动物联、互联网数据中心为特色。

开拓信息消费市场从何入手

上海年内将出台实施意见

上海开拓信息消费市场将从何入手?上海市经济信息化委员会有关负责人为记者勾勒了未来发展的三大方向——

■ **新增一批信息消费类的重大项目**
政府要牵头协调各方面资源,整合、集聚信息消费类的项目,采取市场化运作。比如个人信息数据平台,人力资源部门可能有一套系统,公安部门又有一套系统,能否建立公共消费服务平台,整合各方资源,推动一些有经济带动力的应用。

■ **新增一批基础设施和产业载体**
一些数据存储业务有望在上海获得更大投资,通过民间资本力量把云计算前端的基础设施规模做得更大,吸引一些龙头企业把数据中心放在上海。上海也计划在洋山成立数据中心,成为国外信息中转的重要枢纽。

记者获悉,上海年内将出台促进信息消费的实施意见。“这个意见一定是符合上海实际,能做出上海特色的。比如智能终端,上海不会抓制造,而是要支持研发。”



■ 信息消费带来真金白银

“宽带中国”助力信息消费

沪上近千市民尝鲜4G网络

赵瑞颖认为,只有将基础资源收归国有,才能结束运营商的恶性竞争。要打破宽带覆盖瓶颈,还要打通物业、小区的“最后一公里”。

她坦言,宽带入户时,为了抢夺客源,运营商不仅免收初装费,还加送补贴。如此一来,物业、小区占据主动地位,宽带入户也成了权力寻租地。

工信部与住建部曾多次联合发文规定“楼道口线缆资源属于公共资源,不允许独家垄断,保障用户自由选择的权利”。然而,受利益驱动,这些资源成了各家争夺的香饽饽。

赵瑞颖透露,从 2009 年起,上海新建住宅都必须配备三大运营商(电信、移动、联通)的接口,供用户自由选择。但目前在商务楼进展缓慢。战略出台后,有望在这方面有所突破。

目前,上海光纤到户覆盖能力和用户规模、WLAN 覆盖密度、城域

网出口宽带、高清电视和高清 IPTV 用户以及三网融合试点业务用户规模等均创下“国内第一”,成为“中国光网第一城”和“中国高清第一城”。赵瑞颖透露,上海从 2011 年启动 TD-LTE 规模技术试验开始,已建成 4G 室外宏基站 800 多个、室内覆盖基站 300 个,内环以内基本实现 4G 信号覆盖,外滩、中山公园商圈、城隍庙、人民广场、徐家汇商圈、淮海路商圈等热点区域实现“满格覆盖”。已有近千名上海市民成为 4G 网络的尝鲜者。

一般来说,宽带达到 8M,用户就可以无障碍观看网络高清电视,如果家庭用户达到 100M 接入带宽,在家里完全可以创建一个互联网世界,充分满足网络视频影音娱乐需求。这都是刺激隐形消费的前提,只要道路搭建起来,相应的消费和需求也会同步跟进,这就是宽带提速能带来的更多益处。

