



# 互联网经济与信息消费

INTERNET ECONOMY & INFORMATION CONSUMPTION

万晓榆 教授  
Email: wanxy@cqupt.edu.cn

重庆邮电大学 经济管理学院

# 目录

CONTENTS

1

全球互联网经济概述

2

互联网经济与中国经济的发展探究

3

重庆打造互联网经济高地战略

4

信息消费几个问题的探讨

## 1.1 全球互联网经济概述



人类社会已迈入互联网经济时代，各国均提出了重点发展战略。

波士顿咨询集团预测，到2016年，全球互联网经济规模将达**4.2万亿美元**。

## 1.2 中国互联网经济（麦肯锡iGDP）

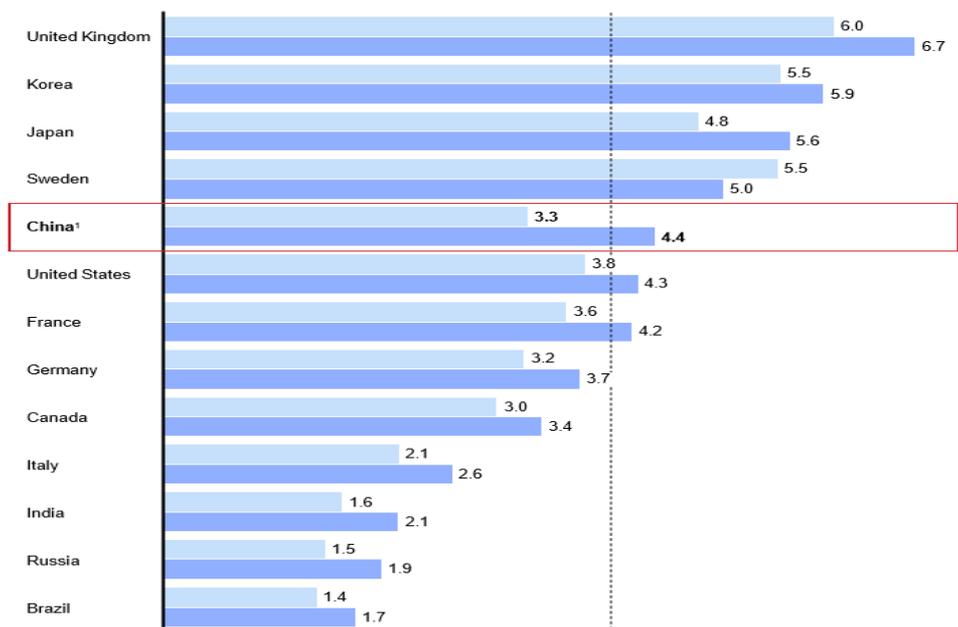
中国互联网经济占GDP比例超过美国

2013年**中国**互联网经济占GDP比例为**4.4%**，同期**美国**为**4.3%**，法国为4.2%，德国为3.7%，加拿大为3.4%。

Exhibit E2

China's Internet economy is already larger than those of the United States, France, and Germany as a share of GDP

iGDP, 2013  
Internet-related expenditures as % of respective country GDP



2013 average = 4.0

<sup>1</sup> The C2C (consumer-to-consumer) e-tailing category in most countries primarily consists of secondary-market transactions by individuals and is negligible. But in China, it encompasses sales by small enterprises and microbusinesses without company registration. If C2C is included, China's iGDP would be 7 percent, higher than that of any G7 country.

SOURCE: McKinsey Global Institute analysis

iGDP指数：互联网经济占GDP的比

$$\text{iGDP 指数} = \frac{\text{互联网经济iGDP}}{\text{国民生产总值GDP}} \times 100\%$$

$$\text{IGDP} = \text{C} + \text{I} + \text{G} + (\text{X} - \text{M})$$

IGDP衡量所有通过创新和应用互联网技术和服务的活动的经济价值

- ✓ 个人的消费（硬件，软件，互联网使用费用，电子商务）
- ✓ 互联网技术上的商业投资
- ✓ 国家整体互联网相关的公共开支（包含基础设施建设）
- ✓ 互联网相关的产品和服务的贸易差额

麦表锡预测，到**2025年**，**中国**互联网经济规模每年平均产生**4万亿-14万亿**的价值。

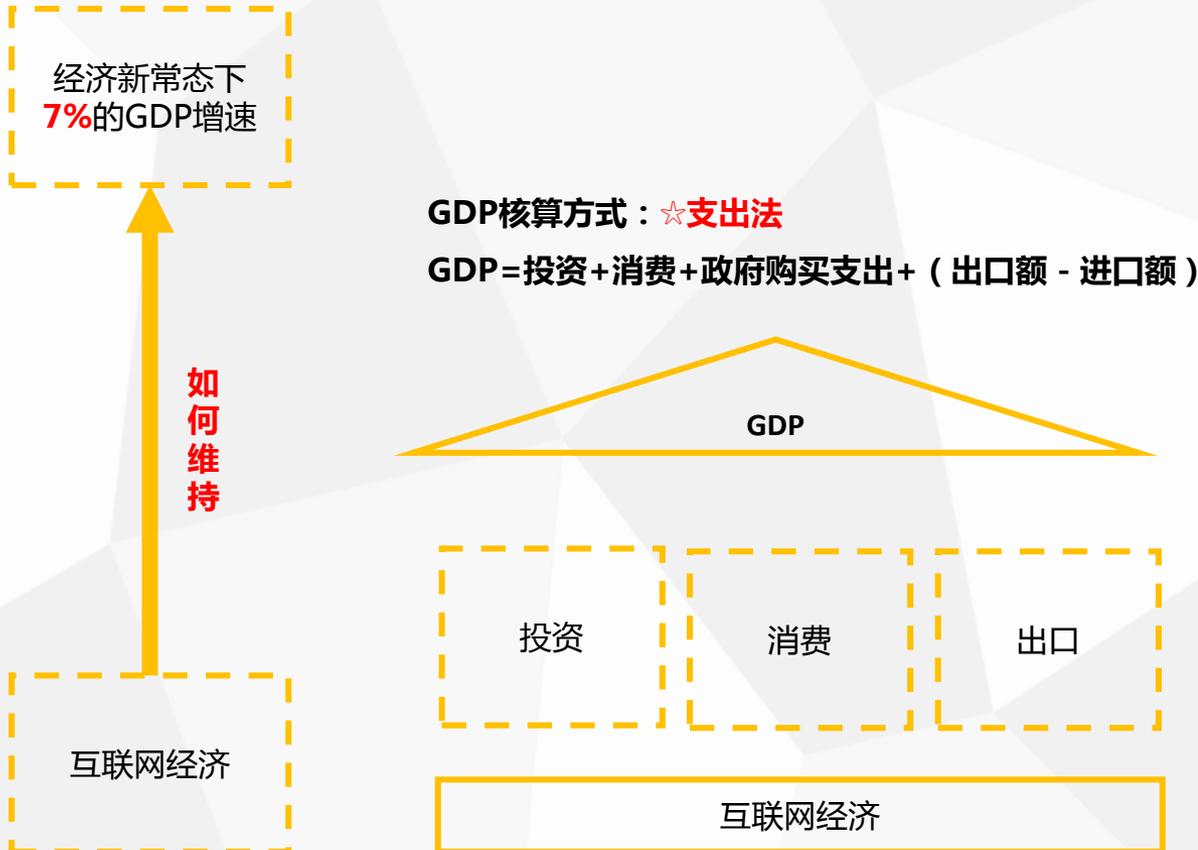
图片来源：麦肯锡《2014年中国数字化转型：互联网对产能与经济增长影响报告》

2016/11/18

## 2 互联网经济与中国经济的发展探究 ( 1/6 )

### 国民经济核算

GDP是指经济社会在一定时期内运用生产要素所生产的全部最终产品的市场价值。

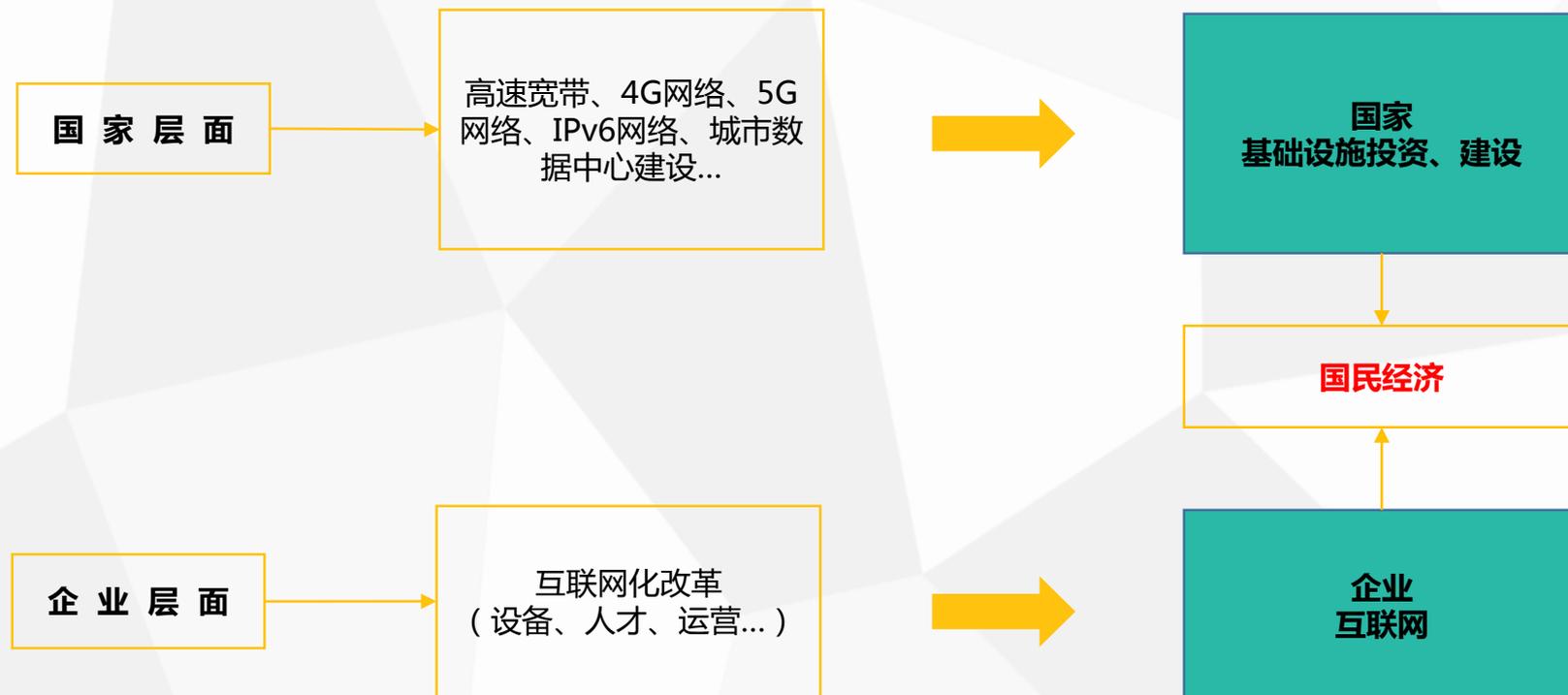


## 2 互联网经济与中国经济的发展探究 ( 2/6 )

### 互联网带动基础设施投资

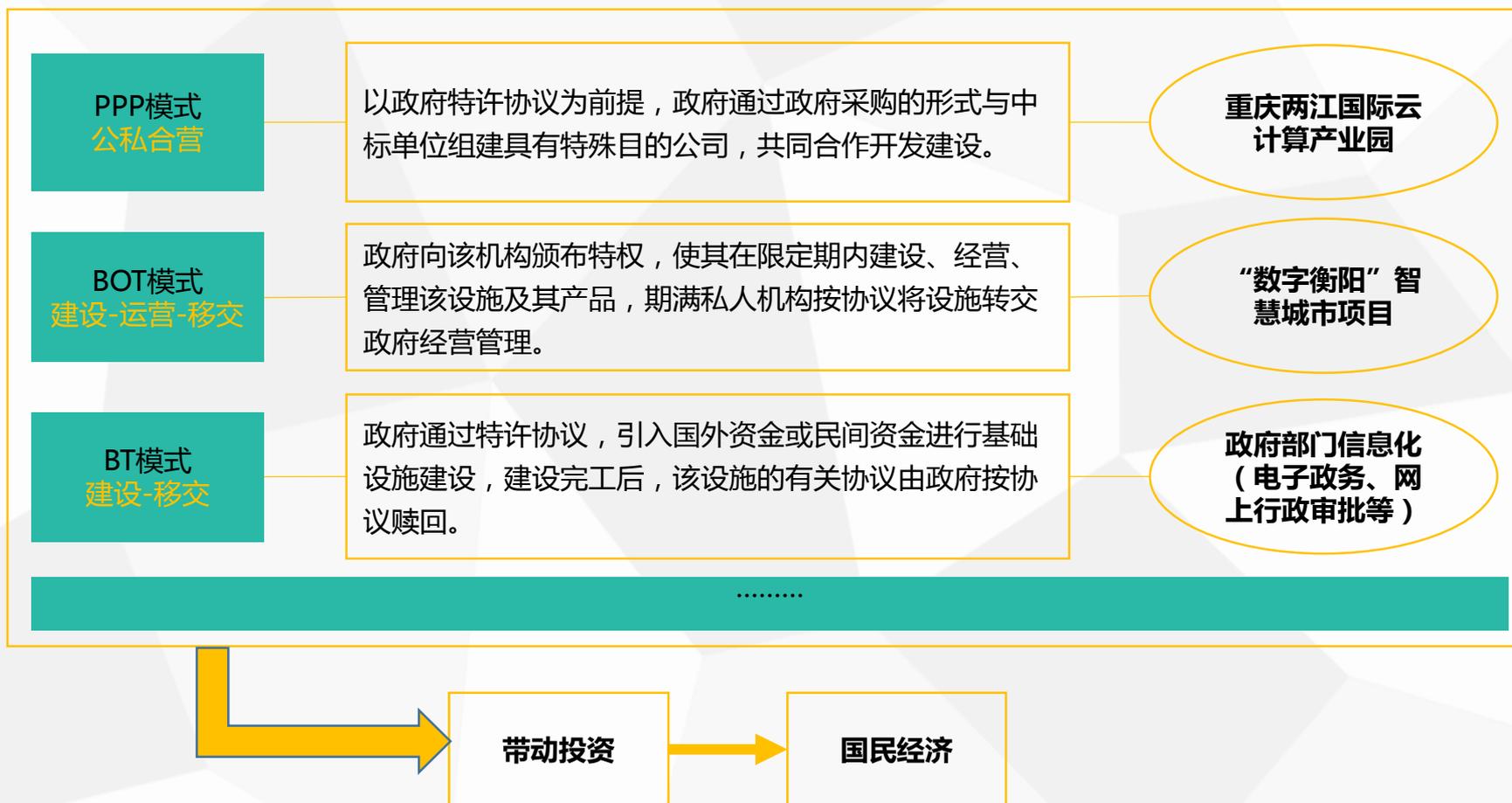
**国家**：据专家意见，十三五期间我国网络建设累计投资将突破**两万亿**大关。

**企业**：腾讯高级执行副总裁表示腾讯在2016年将投入**20亿**用于腾讯云基础设施建设和运营、及其相关人才招聘和市场推广，到2020年预计总投资将超过**100亿**。



## 2 互联网经济与中国经济的发展探究 ( 3/6 )

### 互联网带动基础设施投资 ( 案例 )

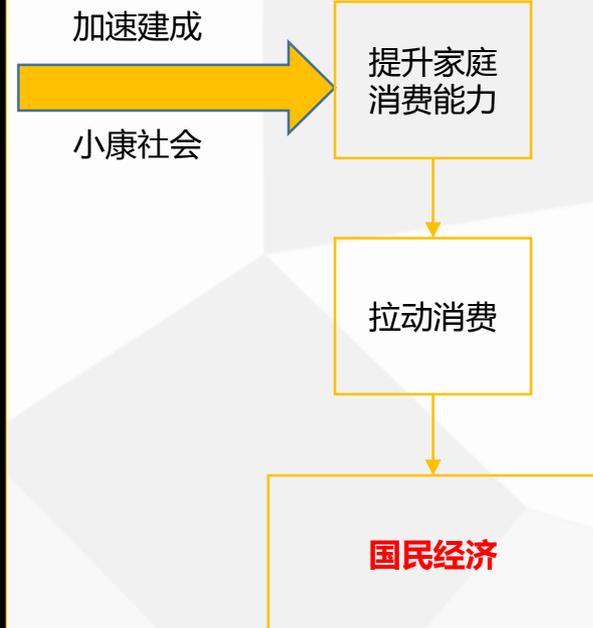


## 2 互联网经济与中国经济的发展探究 ( 4/6 )

### 互联网促进精准扶贫

针对不同贫困区域环境、贫困农户状况，运用科学有效程序对扶贫对象实施精确识别、精确帮扶、精确管理。

设立专项扶贫资金、倡导互助资金扶贫、作社（企业）+贫困户、果园、承包地托管扶贫、林业生态扶贫、生态旅游扶贫……



## 2 互联网经济与中国经济的发展探究 ( 5/6 )

### 互联网拉动服务贸易

据商务部数据，“十二五”期间，我国服务贸易快速发展，贸易额年均增长**14.5%**，规模跃居世界第二，其中**软件、信息技术、文化**等新兴服务出口占据半壁江山，成为对外贸易的新亮点和转型升级的新引擎。

2007年-2014年中国服务贸易占对外贸易总额比重



互联网与服务贸易

培育高附加值服务产品

拓宽服务产品出口渠道

拉动进出口

国民经济

## ■ 2 互联网经济与中国经济的发展探究 ( 6/6 )

### 体制机制改革

#### 简政放权

- 深化行政审批改革
- 深化商事制度改革

#### 创新市场监管机制

- 推进综合监管
- 建立以社会信用体系为核心的互联网经济市场监管机制

#### 优化政府服务

- 推进“互联网+政府服务”改革
- 加大财税金融支持力度



## ■ 3.1 重庆互联网经济发展基础条件

### 国家和地方政府政策支持

国务院相关部门：发布“互联网+”、“宽带中国”、大数据、信息消费等相关政策十余项

重庆市政府：2015年9月发布《**关于印发重庆市建设互联网经济高地“十三五”规划的通知**》

### 信息社会环境指数位于西部前三

2015重庆信息社会指数为0.4（**西部第3**）

重庆信息社会发展指数为0.4略低于全国平均水平，但高于川贵两省

符合**重庆处于信息社会的准备阶段**（工业社会向信息社会转型的过渡阶段）的现状

### ICT产业对GDP贡献率高于全国平均水平，已成为重庆市支柱产业

2015年全市电子信息产业产值突破**5000亿元**，十大战略性新兴产业实现产值1664亿元，软件和信息技术服务业规模达800亿元（西部第3），物联网产业规模达200亿元

## 3.2 重庆打造互联网经济战略 ( 1/3 )

通道经济——建设国际数据出口通道



- 提升国际专用数据通道能力。优化数据通道质量，提升数据通道速率，丰富数据业务类别。
- 建设重庆——**欧洲数据出口通道**。沿“渝新欧”铁路布局光缆，打通重庆到欧洲的国际信息大通道。
- 建设重庆——**新加坡数据出口通道**。依托“一带一路”，推动重庆到新加坡的国际数据出口通道建设。
- 建设重庆——**南亚数据出口灾备通道**。论证建设陆路经缅甸，老挝，泰国等国家前往南亚，中亚国际数据出口灾备通道。

## 3.2 重庆打造互联网经济战略 ( 1/3 )

通道经济——建设通信信息枢纽

打造宽带化、泛在化信息高速公路

建设“光网·无线重庆”，实现校园、医院、商圈等公共场所无线全覆盖。

打造全国重要的数据集散中心

推进全市公共数据开放共享  
三库：自然人、法人、地理空间。  
四平台：政务共享、信息惠民、  
信用建设、社会治理。

打造国内存储处理能力强的数据处理中心

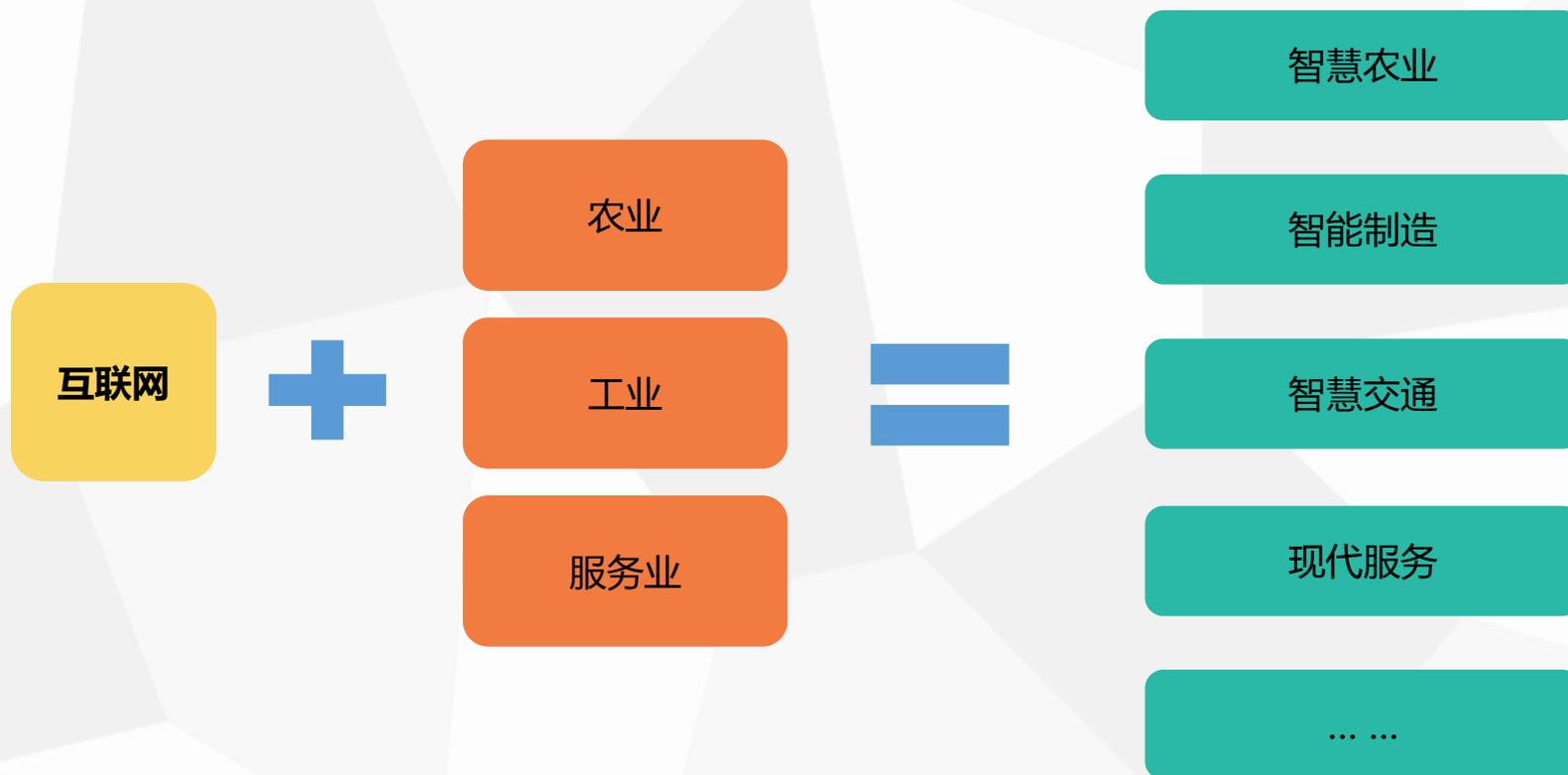
建设数据容灾备份中心，依托两江云计算产业园、仙桃数据谷等云计算和大数据基础设施，利用电力成本低、气候条件佳等区位优势。

建设离岸数据中心，加快国家级离岸数据中心硬件基础和配套设施建设。

## 3.2 重庆打造互联网经济战略 (2/3)

### 服务经济

- 2013年，我国第三产业增加值占GDP比例**46.1%**，首次超过第二产业，开始迈入服务经济时代。
- 麦肯锡预测，互联网能够促进中国GDP提高至4万亿到14万亿之间，占2014年至2025年中国GDP增长总量的**7%~22%**。



## 3.2 重庆打造互联网经济战略 ( 2/3 )

服务经济——促进传统工业、农业和服务业革新

发挥互联网的渗透性，推进三次产业与互联网深度融合，重构传统产业组织、生产、经营模式，提高资源配置效率，降低生产经营成本，助推供给侧与需求侧精准对接，促进工业提档升级、农业提效升级、服务业提质升级。

### 加速传统工业提档升级

实施智能化绿色化  
制造行动

实施新技术产业发  
展行动

### 促进传统农业提效升级

农业生产智能化标准化改造

农产品质量安全溯源体系

农业综合信息服务平台

### 加快传统服务业提质升级

互联网健康服务  
体系

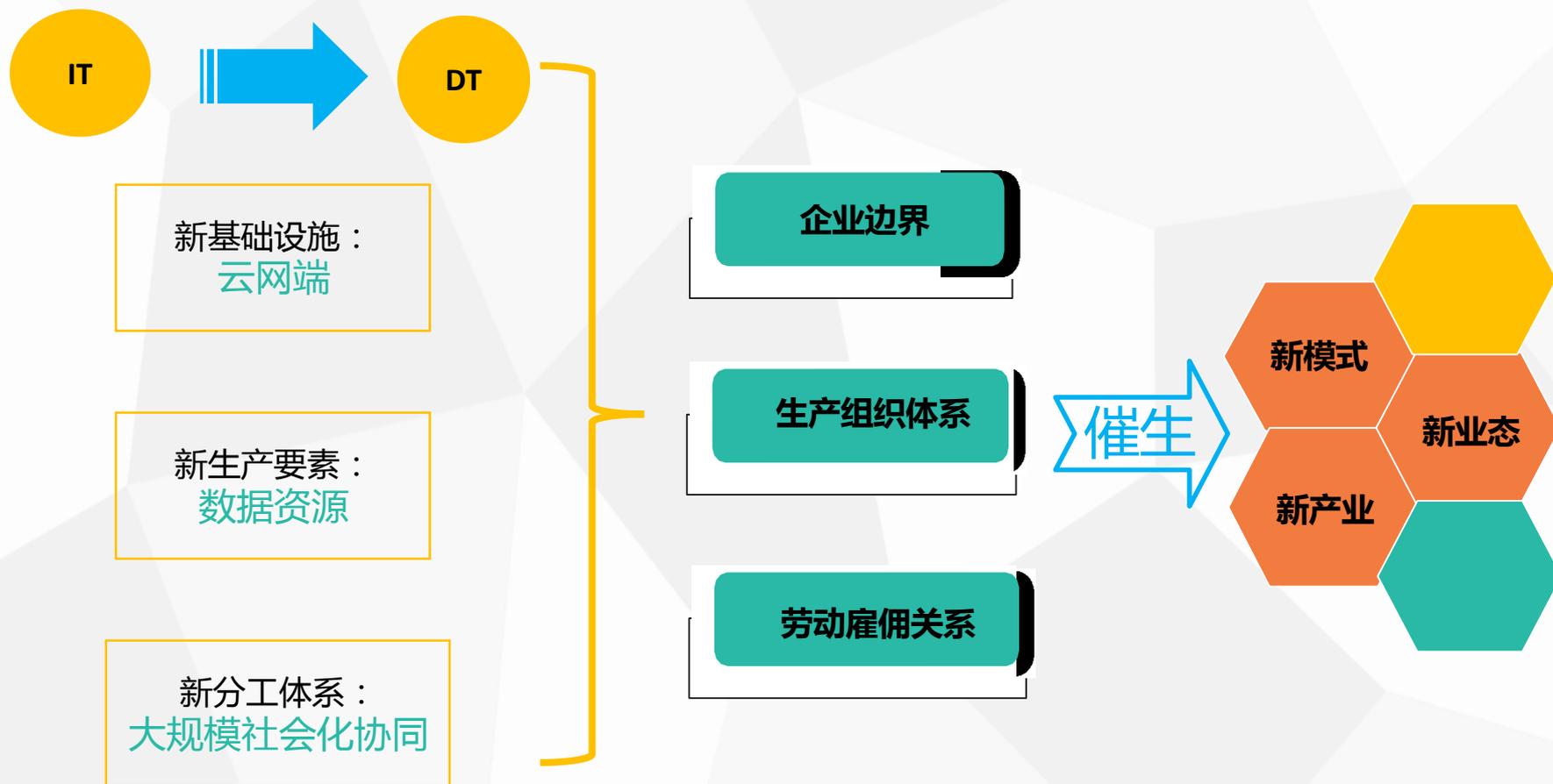
互联网特色旅游  
经济体系

智慧物流服务中心

互联网教育云中心

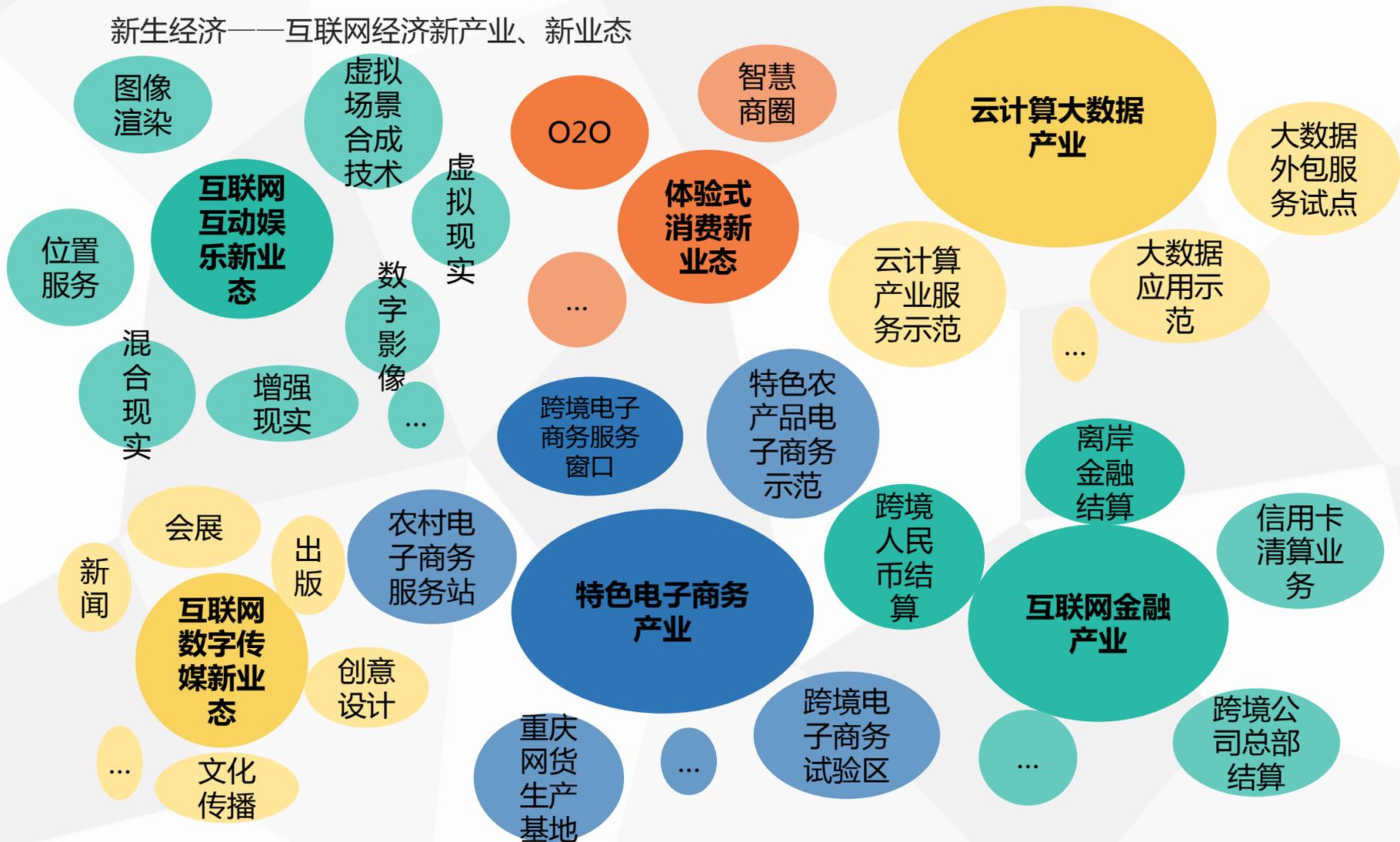
## 3.2 重庆打造互联网经济战略 ( 3/3 )

新经济——互联网经济新模式



## 3.2 重庆打造互联网经济战略 ( 3/3 )

新经济——互联网经济新产业、新业态



## 4.1 信息消费的概念和内涵

信息消费成为扩大内需促进消费的核心动力

如果说“**互联网+**”是信息对社会各行各业（包括投资、消费和进出口三大领域）的效率提升，那么**信息消费**是扩大需求促进消费增长的主要力量。

1994



### “信息消费”首次提出

郑英隆（1994）在《信息消费论纲》一文中首次提出信息消费的概念，他认为**信息消费是社会各种类型决策者将现有的有关决策信息进行消化吸收，并通过若干转换加工后形成行动方案决策或思想决策的过程，具有非消耗性、共享性、无形性、增值性**等特征。

2000



### 由狭义到广义

蒋序怀（2000）提出，**狭义**的信息消费是指直接或间接以信息产品和服务为消费对象的消费活动，**广义**的信息消费还包括信息含量相当大的信息产品和服务。

2014



### 大数据信息消费

闫强（2014）提出了大数据驱动下的新型信息消费，呈现出**精细化、碎片化和个性化**等特点。

2016



### 新兴信息消费

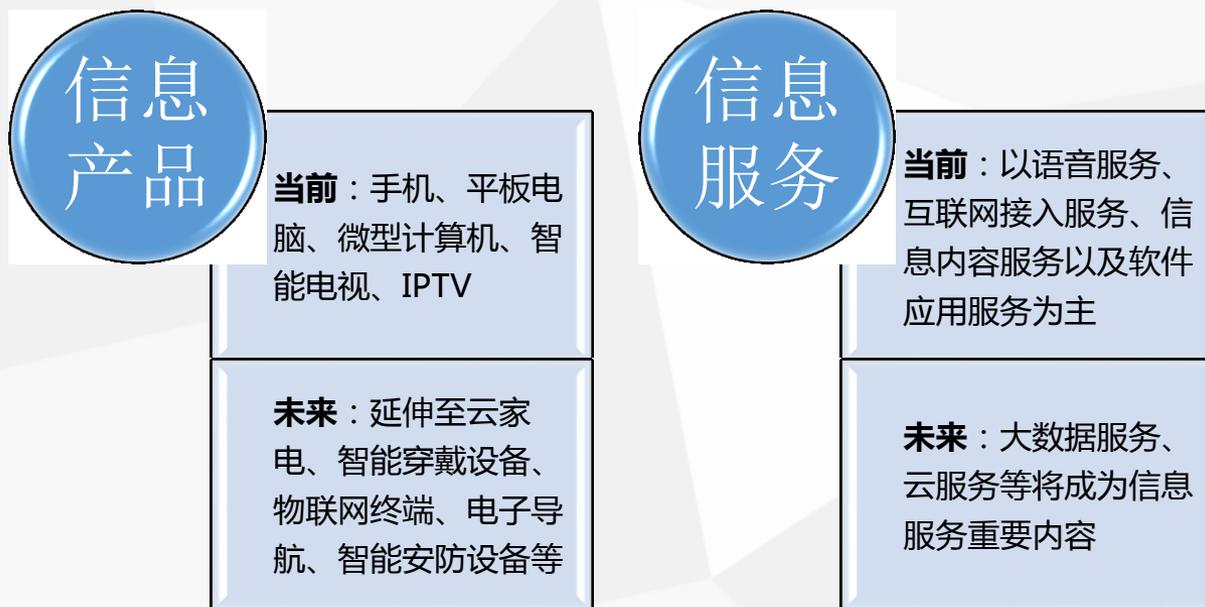
万晓榆（2016）进一步将**基于移动互联网、大数据和云计算等新兴行业，以智能设备为载体，以比特产品为消费对象**的消费活动称为**新兴信息消费**。

信息消费的概念和内涵随着ICT技术对人类社会的不断渗透而发生变化，但我国信息消费的口径是结合国情和产业形势科学界定的，国际上没有标准的定义和统计数据。

## 4.2 信息消费的统计口径

现有统计口径不适应信息消费的发展趋势

鉴于统计数据的滞后性，大多数学者将**医疗保健**、**交通通讯**、**娱乐教育文化**三项支出之和作为信息消费额，在未来信息消费的统计工作将给相关部门形成一定的挑战。



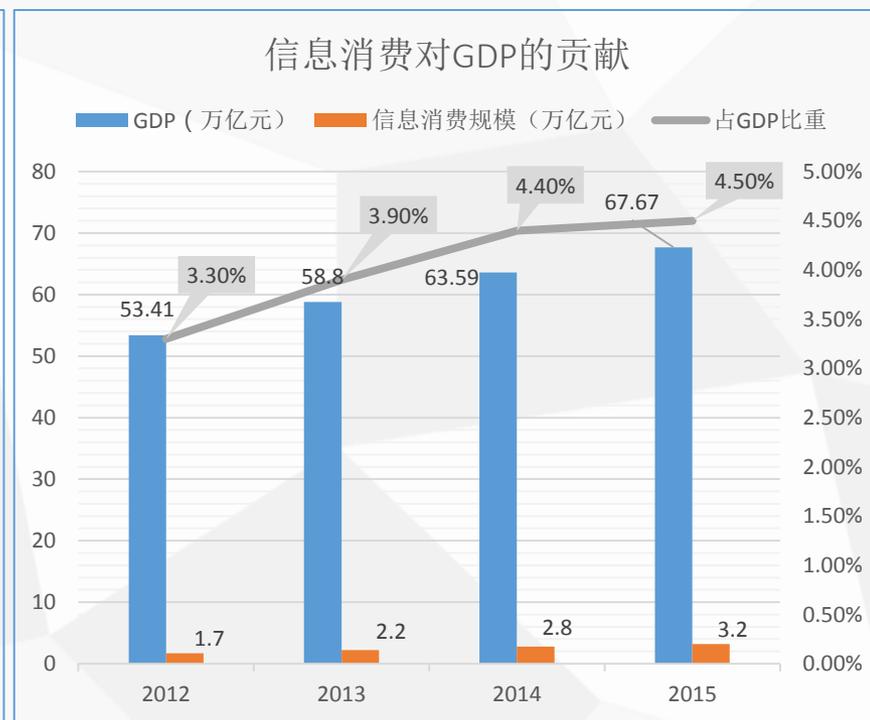
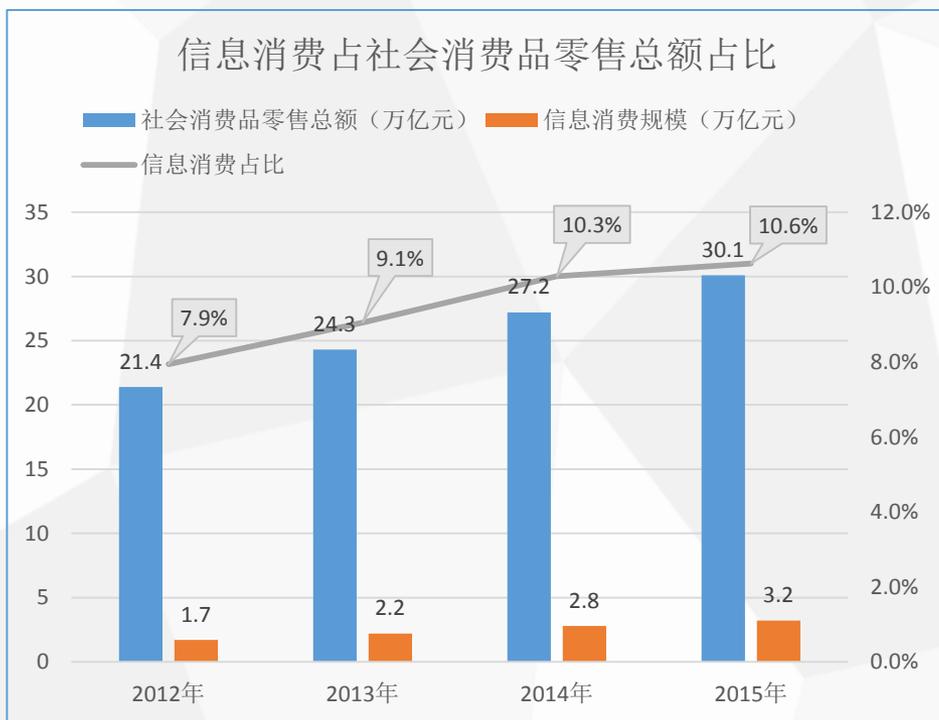
## 4.3 信息消费对经济增长的贡献

### 我国信息消费对社会零售总额的贡献

2012年我国信息消费规模占社会零售总额比重**7.9%**；  
2015年我国信息消费规模占社会零售总额比重上升至**10.6%**。

### 我国信息消费对GDP的直接贡献

2012年我国信息消费规模占GDP比重**3.3%**；  
2015年我国信息消费规模占GDP比重**4.5%**。



注：根据工信部和国家统计局数据测算



## ■ 问题探讨

### **信息消费测评指标确定困难，统计工作需要跟进**

虽然从2013年开始，重庆市被选为信息消费试点城市之一，也取得了一些成就，但是相关部门在信息消费的统计上还相对滞后，建议加强高校与政府统计部门的沟通和协作。

### **打破信息孤岛，建立数据共享机制**

当前大量有价值的数据为政府部门所掌握，形成了信息孤岛。一方面要加强政府部门间的数据共享，方便社会公众，继续推进“三证合一”等项目；另一方面，建议相关部门开放部分公众数据，建立健全数据开放、共享和开放机制。

### **加强网络空间治理，净化网络交易环境**

网络信息污染成为网络社会一个不容回避的问题,类似百度魏则西事件时有发生。建议加快推进网络社会信用体系建设进度，设立不良企业黑名单制度，设计公众参与的网络空间治理机制。

**邀您一起探讨！**



# 感谢大家

THANK YOU