

信息消费:拉动内需增长的重大领域 ——信息消费发展特征及政策建议*

文 / 杨春立

中国电子信息产业发展研究院 北京 100048



中国科学院

【摘要】 通过对比分析2010年以来我国信息消费规模及消费总支出的增长、居民消费支出和居民收入的增长,揭示了我国信息消费的发展特征。通过构建信息消费率和信息消费贡献率,研究了2010年以来我国信息消费对经济增长的影响。构建了信息消费系数,揭示了我国信息消费水平的发展阶段及其特点。深入分析了我国信息消费结构变动的趋势、规律和发展特征,进而提出信息消费是拉动内需增长的重大领域。最后就促进信息消费、开拓信息消费市场提出政策建议。

【关键词】 信息消费,内需增长,发展特征,政策建议

DOI 10.3969/j.issn.1000-3045.2014.02.010

1 引言

改革开放以前,我国强调生产在经济发展中的作用,消费一直被看作是生产的附属品,对经济增长的贡献作用长期被忽视。改革开放以后,随着经济社会持续快速发展,我国告别了短缺经济时代,居民收入水平和消费水平明显提升,消费作为重要的宏观经济变量,对经济运行产生越来越大的影响。近年来,我国宏观经济增速趋缓,由10%以上的高速增长转向7%左右的中速增长,消

费需求降低是十分重要的影响因素。2000—2012年,我国年均消费率为52.4%,不仅明显低于世界平均水平78.2%,也低于中等收入国家平均水平74.9%和低收入国家平均水平79.9%^[1]。经济增长的消费基础不断弱化,消费对经济增长的贡献率也一直在低位徘徊,显示出我国经济增长内在动力不足,对投资及外部消费的依赖性较强等深层次问题。2012年,我国服务业产值占GDP比重仅为44.6%,不及发展中国家平均水平,表明还有极大发展空间。在稳增长、调结构、保就业的背景下,亟待寻求新的消费热点。

与传统消费相比,信息消费是“软消费”

* 基金项目:国家发改委、工信部云服务开放平台示范项目(P01704)

修改稿收到日期:2014年2月10日

和“硬消费”的有机融合,既有对知识、信息、软件、服务活动的消费,也有对硬件、终端等产品的消费,还将生产性消费与生活性消费紧密结合,具有明显的跨界效应、强大的带动效应、溢出效应和绿色效应,可将消费市场在更广范围、更深层次上拓展。加快促进信息消费、文化消费等新型消费,更多地用消费拉动经济增长,是增强经济内生增长动力、缓解宏观经济结构畸形、推进经济形态向自主型经济发展的一项刻不容缓的工作^[2]。目前我国正处于人均GDP从6 000美元迈向10 000美元的关键阶段,消费结构呈现出向信息、文化等消费演变的趋势,信息消费正成为扩大内需战略支点^[3-4]。我国信息消费市场创新活跃,信息产品和服务保持旺盛增长态势,电子商务增长强劲,消费带动效应明显。信息消费对国内需求的引燃效应正在日益强化,为我国扩大内需提供了难得机遇。正确把握我国居民消费结构现状、消费需求变化趋势及信息消费发展特征,对促进信息消费、引导释放居民消费潜力、扩大内需、稳定经济增长具有重要现实意义。

2 信息消费发展现状和特征

近年来我国信息消费规模不断扩大,信息服务和应用创新活跃,居民消费潜力迅速扩大,电子商务增势迅猛,产品智能化日益突出。

2.1 我国信息消费规模增速较快

2010—2013年,我国信息消费规模

保持快速增长态势。2010年我国信息消费规模1.01万亿元,2013年已超过2.2万亿元,年均增长超过30%,远高于居民消费支出和消费总支出的增速。2010—2012年,我国消费总支出增长34.89%,年均增速15.68%;居民消费支出增加35.28%,年均增速15.43%,信息消费支出平均增速分别比居民消费支出和消费总支出高14.57和14.32个百分点,如表1所示。

信息消费支出的增长快于居民收入水平的增长。2010—2012年,我国城镇居民人均可支配收入年均增长12.67%,农村居民纯收入年均增长11.25%。这3年最终信息消费支出平均增速快于城镇居民人均可支配收入年均增速约17.33个百分点,快于农村居民纯收入年均增速约18.75个百分点,如图1所示;2010年信息消费支出占居民最终消费支出的比重只有5.22个百分点,到2012年已经提高至6.54个百分点,如图2所示。

2.2 信息消费对经济增长的贡献递增

信息消费率是指一个国家或地区在一定时期

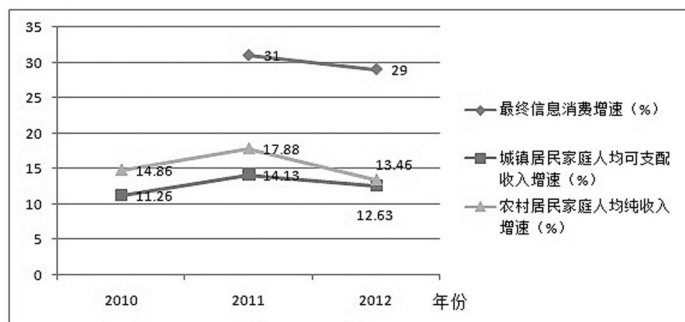


图1 2010—2012年我国居民收入增速和信息消费增速比较

表1 2010—2012年信息消费规模与居民消费支出、消费总支出

信息消费支出	2010年	2011年	2012年	消费支出	2010年	2011年	2012年
信息消费支出(亿元)	10 142	13 235	17 130	消费总支出增速(%)	14.67%	19.57%	12.80%
信息消费支出增速(%)	--	31%	29%	居民消费支出(亿元)	140 758.6	168 956.6	190 423.8
消费总支出(亿元)	194 115.0	232 111.5	261 832.8	居民消费增速(%)	13.90%	20.33%	12.06%

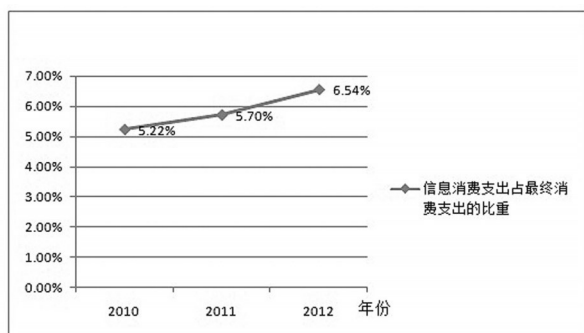


图2 2010—2012年我国信息消费支出占最终消费支出的比重

内(通常为1年)的最终信息消费占当年GDP的比率,反映了一个国家生产的信息产品和服务用于居民最终消费的比重。2010年以来,我国信息消费率呈上升态势。2010年我国信息消费率约为2.54%,2012年上升至3.3%。2013年已超过3.80%。这说明,经济增长的信息消费基础在不断强化。预计2014—2015年,信息消费率仍将持续增长,建立在信息消费基础上的经济增长比例将进一步提高。如表2所

示。

信息消费率平稳快速提升,而消费率却忽高忽低。2010—2012年,消费率先从2010年的46.6%下降至2011年的38.4%,下降了8.2个百分点,接着又上升至2012年的49%,上升了10.6个百分点。信息消费率基本以10%—17%的增速提

升。而且,受消费率变化趋势的影响,信息消费率占消费率的比重也

经历了一个由低到高再到低的过程,如2010年信息消费率占消费率的比重为5.45%,2011年这一比重上升至7.32%,2012年又下降至6.73%(图3)。

2010—2011年在国家大力刺激消费政策的推动下,消费贡献率逐步提高,但2012年又呈下降态势。与之相比,信息消费贡献率一直平稳快速提升。说明虽然消费基础有弱化趋势,但信息消费基础在不断加强。

表2 2010—2015年我国信息消费率贡献率

年份	2010	2011	2012	2013	2014 ^E	2015 ^E
信息消费支出(亿元)	10 142	13 235	17 130	21 726	26 486	31 783
信息消费率(%)	2.54	2.81	3.30	3.80	4.21	4.60
信息消费率增速(%)	--	10.63	17.43	15.15	10.79	9.26
消费率(%)	46.6	38.4	49	--	--	--
消费率增速(%)	-4.70	-17.60	27.6	--	--	--
消费贡献率(%)	43.1	56.5	55.0	--	--	--
消费拉动GDP ¹	4.5	5.3	4.2	--	--	--
信息消费贡献率(%)	--	4.43	6.88	8.85	8.33	8.43
信息消费拉动GDP	--	0.41	0.54	0.66	0.62	0.63
信息消费贡献率占消费贡献率比重	--	7.84	12.5	--	--	--

注:1.拉动指国内生产总值增长速度与三大需求贡献率的乘积



中国科学院

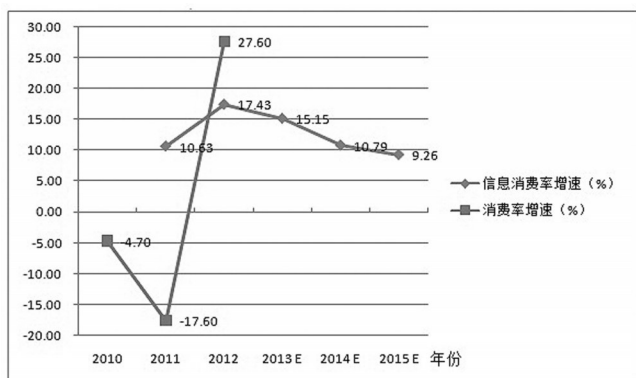


图3 信息消费率与消费率变化情况

消费和信息消费拉动GDP增长也证明了这一点。2010—2012年消费拉动GDP先升后降,而信息消费拉动GDP一直保持上升态势,如图4所示。

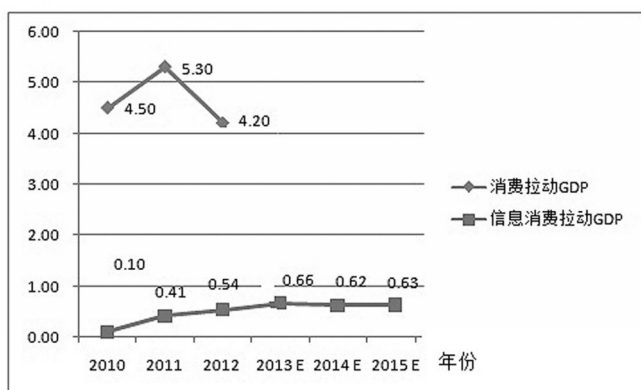


图4 信息消费拉动GDP与消费拉动GDP

信息消费贡献率是指最终信息消费支出增量与支出法GDP增量的比重,反映了信息消费增长对经济增长的贡献。2011—2013年我国信息消费对经济增长的贡献率逐步提高,由4.43%上升至8.85%。未来两年,随着信息消费规模的快速提升,信息消费对经济增长的贡献率也将继续提高,预计2014—2015年将分别超过8.33和8.43(表2)。同时,信息消费对拉动GDP的作用也在逐步增强,由2011年的0.41个百分点上升至0.54,预计未来3年将保持在0.6个百分点左右。这进一步说明了我国经济增长的信息消费基础在不断强化。

2.3 信息消费结构变动度逐步下降

2010—2012年信息服务消费占比逐年下降。信息服务消费支出占总信息消费总支出的比重均超过60%,但受智能终端产品快速普及的影响,占比逐年下降,如图5所示。相反信息产品消费占比不断上升,使得信息产品、信息传输服务、软件及信息服务占比呈现均分趋势。

从居民家庭信息消费结构演变趋势看,信息产品消费支出快速增长,信息服务消费增速下降明显。2010—2012年,信息产品消费从2456元增至5219元,实现翻番;信息传输服务消费支出从1781元增至2684元,增长了50.7%;信息内容消费支出从394元增至664元,增长了68.5%。2012年我国居民家庭信息产品消费支出占比为60%;信息传输服务消费支出占比为32%;信息内容消费支出占比为8%。如表3所示。

为考察我国信息消费结构变动情况,采用年均结构变动度指标进行分析。

年均结构变动度指标公式为:

$$R = (\sum |C_{1i} - C_{2i}|) / n \quad (1)$$

其中 C_{1i} , C_{2i} 为期初和期末第*i*类信息消费规模占总消费规模的比重, n 为考察期的年数。

根据公式(1)对我国2010—2012年信息消费结构变动情况进行分析,结果显示,这3年我国信息消费结构总变动值为33.6%,年均变动度R为

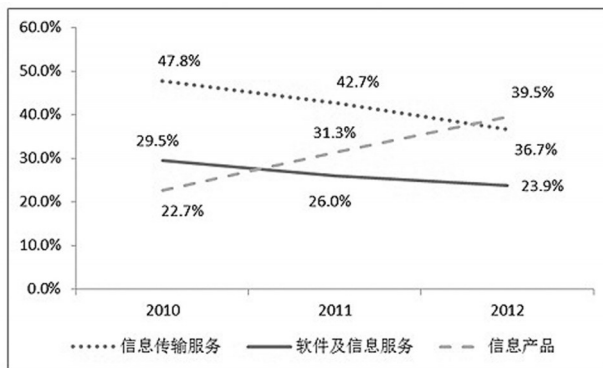


图5 2010—2012年我国信息消费结构

表3 2010—2012年居民家庭信息消费结构

年份	信息产品消费		信息传输服务消费		信息内容消费	
	支出(元)	同比增长(%)	支出(元)	同比增长(%)	支出(元)	同比增长(%)
2010	2 456	--	1 781	--	394	--
2011	3 364	37.0%	2 153	20.9%	529	34.2%
2012	5 219	55.1%	2 684	24.7%	664	25.4%

16.8%。可见居民信息消费结构正处于变动期,但变动度呈现下降趋势,由2010年的17.3%下降为2012年的16.3%。其中信息产品对信息消费结构变动贡献率最大,高达50%;其次是信息传输服务,对信息消费结构变动贡献率为33.1%。最后是软件及信息服务,对信息消费结构变动贡献率为16.9%。如表4所示。

的比重。从绝对数额看,2010年我国居民信息消费水平已达756.35元,2012年提高至1 266.50元,居民信息消费水平提高了67.44%,年均增幅超过40%,2013年估计达1 595元,增幅略有下降。2010—2013年我国居民信息消费水平如图6所示。

从居民信息消费支出与居民消费支出占比的相对数额来看,2012年我国信息消

3 信息消费水平现状和特征分析

本文主要从微观角度分析我国居民信息消费水平,计算方法依照国家统计局居民消费水平的测算方法,即:按常住人口平均计算居民信息消费支出。同时,基于恩格尔系数和相关研究成果^[6],构建了信息消费系数(Information Consumption Coefficient, ICC),即:居民信息消费支出占其消费支出总额

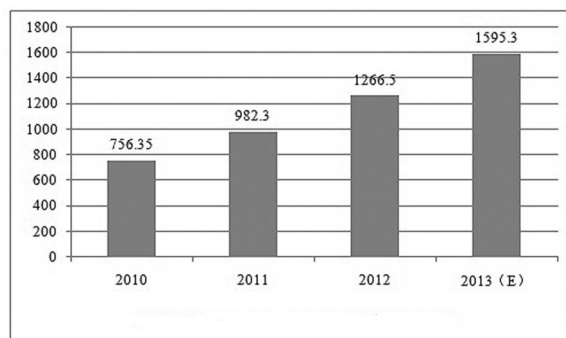


图6 2010—2013年我国居民人均信息消费水平

表4 2010—2012年我国信息消费结构变动度(单位:%)

消费结构	2010—2011年		2011—2012年		2010—2012年	
	变动度	贡献率	变动度	贡献率	变动度	贡献率
信息传输服务	5.1	29.6	6.0	36.8	11.1	33.1
软件及信息服务	3.5	20.4	2.1	13.2	5.7	16.9
信息产品	8.7	50.0	8.1	50.0	16.8	50.0
总变动	17.3	--	16.3	--	33.6	--
年均变动	--	--	--	--	16.8	--

费系数比2011年和2010年分别提高0.86个百分点和1.71个百分点,说明居民信息消费水平在逐年提高,2013年估计为9.75%。如表5所示。从我国城乡居民恩格尔系数演变趋势来看,居民消费支出中食品消费支出的比重逐步下降,其他消费支出不断上升。信息消费系数发展态势意味着信息类消费支出在居民消费支出中的占比日益提高,这也验证了恩格尔系数的发展特征。

2010年以来,我国城乡居民人均信息消费水平呈现较快增长态势。2012年城镇居民人均信息消费水平1 897.21元,比2010年提高了56%左右,平均每年递增16.84%。2012年农村居民人均信息消费水平582.59元,比2010年提高了72%,平均每年递增19.91%,农村略高出城镇3个百分点。虽然城乡人均信息消费支出的绝对差距在逐渐扩大,2010年城镇居民的信息消费比农村居民多支出851.51元,2012年多支出1 314.62元;但增长的

相对差距在逐渐缩小,2010年城镇居民人均信息消费支出是农村的3.52倍,2012年下降到3.26倍。

为分析我国区域信息消费水平的现状和主要特征,受数据可获得性制约,本研究选取了东中西部地区11个代表省市作为样本,东部地区选取了北京、江苏、浙江、广东、福建、山东6个省市,中部地区选取了河南、安徽2个省份,西部地区选取了四川、云南、青海3个省份。从11个代表省市的信息消费水平来看,2012年东部地区人均信息消费水平较高。东部地区6个省份的信息消费水平平均3 292.83元,其中,福建和山东已分别达5 867元和5 266元,占当地居民消费支出的比例均超过34%。中部地区2个省份的信息消费水平平均1 682.5元,其中河南达2 180元,占居民消费支出的比例为21%。西部地区3个省份的信息消费水平平均1 297.67元,其中青海达1 832元,占居民消费支出的比例为17.81%,如表6所示。

表5 2010—2013年我国居民人均消费水平和信息消费水平

年份	2010	2011	2012	2013 ^E
居民消费水平(元)	10 522	12 272	14 235	--
居民消费水平增幅(%)	13.34	16.63	16.00	--
居民信息消费水平(元)	756.35	982.30	1 266.50	1 595.30
居民信息消费水平增幅(%)	-	29.87	28.93	25.96
信息消费系数(%)	7.19	8.04	8.90	9.75

表6 2012年部分省区居民人均信息消费支出和信息消费系数

省区	居民人均信息消费支出(元)	信息消费系数(%)	省区	居民人均信息消费支出(元)	信息消费系数(%)
北京	4 752	15.66	河南	2 180	21.00
江苏	2 077	10.68	广东	4 916	22.53
浙江	2 746	12.02	四川	1 074	9.52
安徽	1 185	10.79	云南	987	10.09
福建	5 867	36.34	青海	1 832	17.81
山东	5 266	34.89			

4 信息消费发展政策建议

当前信息技术创新不断取得突破,下一代互联网、新一代移动通信网开始普及,新产品、新服务大量衍生,信息消费在相当长时间内将保持较快增长,是推动经济增长的重要力量。但我国信息消费市场毕竟启动时间不长,信息消费发展还面临着基础设施支撑能力低、产品和服务供给能力弱、市场准入门槛高、配套政策不健全、行业壁垒严重、体制机制不适应等问题。亟需加强制度建设,完善市场机制,实施引导性政策,调动消费者、投资者及企业的积极性,形成政府、社会 and 企业的合力,营造网络、技术、应用、产业良性互动机制,激活其他行业消费市场,带动内需增长,促进经济转型和民生改善。为此,提出以下政策建议:

第一,加快实施“宽带中国”战略。加快制定实施细则、配套政策和行动措施,推动国务院《关于促进信息消费扩大内需的若干意见》等政策的落地实施。推进城镇光纤到户和行政村宽带普遍服务,改进公益机构与低收入群体的宽带接入条件。在产业发展、社会管理和公共服务等重点领域开展宽带应用创新和示范,推动移动互联网、云计算、物联网等业务发展。开展针对固定宽带、移动通信、WiFi等宽带网速的检查督查工作,提高宽带接入服务质量。加快4G建设,支持具有自主知识产权的3G技术TD-SCDMA及TD-LTE产业链发展;

第二,扶持数字内容产业发展。将《进一步鼓励软件产业和集成电路产业发展的若干政策》扩大适用于数字内容企业。完善知识产权法律法规,建立数字内容交易市场,完善交易规则,规范市场行为,严厉打击盗版侵权。设立创新示范奖,每年度评选一批优秀内容产品予以奖励,鼓励原创产品、创新产品。加快文化出版业数字化转型,促

进内容提供商和渠道平台运营商良性合作,构建和完善大型数字内容投送平台,满足多层次数字阅读消费需求;

第三,加快“数字家庭”建设。研发普及新型家庭信息消费产品,发展数字家电、数字家居、家庭安防等新型产品和服务,推进数字家庭网络、内容、服务与终端协同发展。整合电子病历、社保“一卡通”、数字图书馆、社区服务、家校联网等社会服务资源,建设数字家庭综合信息平台,提供远程监护、远程教育、远程医疗等服务。组织开展数字家庭试点示范,提倡通过信息网络居家办公、在家办事,开展面向家庭生活的视频点播、视频电话等服务。打破人为分割,创新服务模式和商业模式,让城乡居民充分享受内容丰富、经济便捷的信息消费;

第四,健全网络信任体系。健全网络信任体系,在电子商务、网络社交等领域,推行网络实名制。对网上银行、移动支付等安全要求较高的业务,推广电子认证应用。建立电子商务责任追溯机制和诚信监管体系,规范企业网上交易行为,提高信息消费信任度和满意率。开展网络信任治理,举办网络信任宣传活动,倡导文明上网,普及网络防欺诈常识及技术措施。建立网络信任治理长效机制,开展网络巡查,设立网上举报中心,及时发现和取缔“消费陷阱”、恶意软件、“钓鱼”网站和虚假信息。加快制定个人信息保护条例,研发推广个人信息保护的技术手段,推广电子签名、安全支付等技术应用,严厉打击非法买卖个人信息行为;

第五,实施信息消费激励政策。清理制约信息消费的政策规范,统一资本、技术、安全准入标准,营造网络信息服务公平市场环境。降低或免除公共场所互联网接入费用,通过充分竞争促进运营商提高信息服务性价比。对大学生、老弱病残及偏远农村人口



中国科学院

购买移动电话、计算机、电视机以及宽带接入服务进行补贴。开展信息产品以旧换新活动。加大对国产信息技术软硬件产品的采购支持,财政性资金采购优先选用国产产品与服务,对重点行业信息化、重大信息系统工程,实行激励性和约束性政策,引导采购国产信息产品与信息服务;

第六,开展信息消费统计和监测。目前国家尚未将信息消费纳入到消费统计体系,各地也尚未开展信息消费统计监测工作^[7]。为科学衡量信息消费水平,亟需建立信息消费统计监测体系,明确分类标准,健全统计监测指标,打通基础数据采集渠道,定期开展统计分析和信息发布,形成常规化、制度化的信息消费统计工作机制,更好地服务信息消费战略及政策的制定实施。

参考文献

- 1 国家统计局. 中国统计年鉴(2013). 北京: 中国统计出版社, 2013.
- 2 杨春立. 信息消费对经济增长的贡献率有多大. 东方早报, 2013-8-20.
- 3 工业和信息化部. 2013年中国工业通信业运行报告. <http://www.miit.gov.cn>.
- 4 杨春立. 信息消费正成为扩大内需的战略支点. 中国工业报, 2013-5-22.
- 5 工业和信息化部运行监测协调局. 中国电子信息产业统计年鉴(综合篇)2012. 北京: 电子工业出版社, 2012.
- 6 杨京英, 吴钢华. 信息消费系数及其测算方法研究. 图书情报知识, 2007, (3): 69-71.
- 7 杨春立. 加强信息消费统计, 科学衡量信息消费水平. 中国工业报, 2013-6-26.

Information Consumption: Major Area to Stimulate Domestic Demand Growth

——Development Characteristics and Policy Proposals on Information Consumption

Yang Chunli

(China Center for Information Industry Development, Beijing 100048, China)

Abstract This paper analyzed the development characteristics of information consumption through the comparative analysis of information consumption, consumption expenditure, residential consumption expenditure, and consumption income growth since 2010. It constructed information consumption rate and information consumption contribution rate to study information consumption impact on economic growth. Through built information consumption coefficient to reveal the development stages of information consumption level in China and its characteristics. It also deeply analyzed the change trends, patterns, and development characteristics of information consumption structure, then put forward that information consumption is a major area of stimulating domestic demand growth. Finally presented are the policy proposals to promote information consumption and open up the market.

Keywords information consumption, domestic demand growth, development characteristics, policy proposals

杨春立 中国电子信息产业发展研究院信息化研究中心副主任, 副研究员, 工学博士, 博士后。主要从事信息化规划与战略研究。E-mail: yangchunli@ccidthinktank.com