

把握三大关系 增强信息消费发展动力

信息消费需求扩大和升级，不仅可以促进信息基础设施建设和信息技术产业发展，还可以引领信息产品和服务的升级换代，甚至带动万亿级新兴市场。

中国信息通信研究院院长 | 刘多



近日，国务院出台《关于进一步扩大和升级信息消费持续释放内需潜力的指导意见》（以下简称《意见》），这是顺应我国数字经济发展客观规律，着眼全面建成小康社会总要求，通过需求拉动、供需互动、市场驱动，推进信息消费纵深发展、融合发展的重要国策，对进一步增强有效供给、释放内需潜力、壮大内生动力具有重要意义，有利于在更高水平、更高层次、更深程度实现供需新平衡；有利于促进经济增长，优化经济结构，普惠社会民生。贯彻落实《意见》需把握好三大关系。

把握信息消费与经济的关系

当前，我国信息消费正处于从1.0阶

段向2.0阶段跃迁的时期，即从“信息的消费”转向“信息+消费”，由线上为主向线上线下融合的新消费形态转变，呈现出增长速度快、创新活跃度高、辐射范围广、带动作用强、资源消耗低等特点，成为新时期提振国民经济、深化供给侧结构性改革、促进新旧动能接续转换的关键抓手。

我国步入消费推动经济增长的上升期。自2010年起，我国就进入中上等收入国家行列，2015年我国人均GDP为7925美元，2016年我国人均GDP达8866美元，2017年上半年全国居民人均可支配收入实际增长7.3%。根据国际经验，高收入国家消费对经济增长的贡献都在75%以上，中上等收入国家在65%左右。今年上半年，我

国最终消费支出对GDP增长的贡献率为63.4%，消费在经济增长中的作用愈发明显。通过科技创新、扩大消费引领经济增长，进而跨越“中等收入陷阱”，既是大势所趋，也是发展所需。

信息消费成为消费结构升级的方向。从发达国家经验看，收入水平与消费结构有着显著的匹配关系，人均可支配收入进入中等发达国家水平后，IT、通信等方面的消费比例显著提升，具有高技术含量、服务含量、可扩展性的信息消费成为消费结构升级的重要方向。传统生存型、物质型消费向发展型、服务型等新型消费转变，各类信息产品和服务消费需求增长迅速，在消费升级中创造出巨大的增长空间，不断优化消费结构。

信息消费对经济增长贡献显著。中国信息通信研究院测算，2016年信息消费规模达到3.9万亿元，占最终消费的比重从2013年的6.4%提高到9.2%，4年平均增幅达21%，为同期最终消费增速的2.4倍，预计2020年信息消费规模将达到6万亿元，间接带动经济增长15万亿元。

经济增长与信息消费扩大升级是相互依托、相互促进的关系。《意见》着力打造信息消费升级版，指出进一步促进信息消费，培育壮大新模式、新业态、新产业的主要方向，提出相关的保障支持政策，这对新形势下加快信息消费持续健康发展、培育经济发展新动能必将起到积极有力的推动作用。

把握需求变化与有效供给的关系

扩大升级信息消费，要把握好供给和需求的有效匹配和动态平衡。需求升级会带动产业结构调整、投资结构调整，刺激供给创新，吸引资源向新消费领域集聚。

信息消费扩大升级具备坚实基础。一是用户基础。截至今年上半年，我国光纤用户2.6亿，4G用户8.9亿，移动互联网用户11.7亿，均居全球首位，微信月活跃用户数达9.63亿，信息消费群体庞大。二是网络基础。“宽带中国”战略持续推进，网络提速降费成效显著，光纤宽带和4G网络实现后发赶超，均达到全球先进水平。特别是4G牌照发放以来，基于移动互联网的新型信息消费快速扩张，呈现出不同以往的时代特征。三是产业基础。我国智能终端供给能力不断增强，华为、OPPO、vivo智能手机出货量居全球前5名，2000元以上中高端手机出货量占比从2013年的5%增长至2016年的19%。智能家居、个人穿戴、医疗健康、互联网汽车等新型智能硬件产品创新活跃，在消费领域的应用创新已形成全球引领优势。四是支撑基础。物流快递、移动支付等成为提升用户体验的重要保障。智能物流和仓储体系逐步建立，众包物流有效解决了“最后一公里”的配送问题。移动支付引领世界无现金、去纸币化交易新潮流。2016年移动支付交易笔数达到257亿，规模超过150万亿元，是美国的50倍。

信息消费需求正发生变化。一是新群体快速崛起。我国互联网网民数已突破7.5亿户，20~39岁年龄段的网民占比达到52.7%，80后、90后在网络购物用户中占比超过65%，新生代信息消费群体不断壮大，“拇指消费”渐成主流。二是数据流量增长迅猛。移动用户每月平均使用流量已超1.5G，每18个月翻倍，流量消费占居民通信支出的比重由2013年的30%提高到2016年的52%。三是边界迅速拓展。信息服务从通信需求转向应用服务和数字内容消费，信息产品从手机、电脑向数字家庭、智能网联汽车等新型产品延伸，共享化、智能

化和场景多元化趋势明显。四是理念深刻改变。“使用但不购买”的新消费观念被广泛接受，分享经济在较好解决广大民众需求的同时，通过网络信息技术提升产业附加值，为释放资源潜力、增强经济发展活力提供有效手段。

新供给市场形成引领优势。传统线下消费逐渐向线上延伸，网络化程度不断深化，线上线下融合供给新模式加速构建。在生活消费领域，电子商务、交通出行、网络订餐、旅游住宿、教育医疗等领域的新型信息消费迅速兴起。在公共服务领域，在线医疗、远程教育、“互联网+政务服务”等新模式，加速推动优质医疗资源、教育资源、政务资源等向更大范围、更广人群扩散，服务更为便捷、普惠、高效。

信息消费需求扩大和升级，不仅可以促进信息基础设施建设和信息技术产业发展，还可以引领信息产品和服务的升级换代，甚至带动万亿级新兴市场。《意见》强调坚持需求拉动和创新驱动的原则，制定增强信息消费供给能力和扩大信息消费覆盖面等举措，正是突出了要从供给侧和需求侧两端发力，将供给侧结构性改革作为扩大和升级信息消费的主攻方向，创新信息服务模式，增加信息产品品种，全面提升品质品牌，创造更多有效供给。

把握创新发展与审慎监管的关系

信息消费是创新活跃、融合发展、不断演进升级的领域，不断突破现有法律法规，坚持“鼓励创新、包容审慎”，是推动信息消费长期健康发展的前提。

政府监管面临诸多挑战。信息消费作为市场驱动的变革力量，带来一系列新情况、新问题。一是新型劳动关系问题。借助互联网平台，消费者直接参与到研发、制造、营销等生产过程，涌现出众创、众包、众筹等新模式新业态，数以亿计的“产消者”、网络接单的兼职者大规模兴起，平台与个体之间非雇佣式的新型劳务关系正在形成。二是平台治理问题。互联网平台发展跨领域与跨地区特点突出，立法滞后或缺失，平台、政府、用户之间的责

任不清晰。监管条块化与属地化分割，不同行业、地区对同一业态的管理要求和标准不尽相同。平台治理对象数量庞大、违规行为类型多样、业务模式迭代迅速，以事前审批为主的治理方式和依靠人力集中检查的治理手段难以适应发展。三是安全可信问题。越来越多的用户、设备、系统联网，安全威胁加速从线上消费向融合消费领域渗透，网络信息安全风险持续放大。网络支付安全、用户身份及网站信任服务滞后等问题突出，制约信息消费扩大升级。

包容审慎营造良好环境。如何把握好创新与规范的平衡，协调好新旧业态的融合发展，是扩大和升级信息消费必须处理好的关键问题。我国政府高度重视新业态新模式在经济社会发展当中的“生力军”作用，李克强总理反复强调，要坚持“鼓励创新、包容审慎”的监管原则，积极探索审慎监管和社会共治的管理格局，促进信息消费新产业、新业态健康发展。扩大和升级信息消费，一方面要放宽新业态新模式的准入门槛，积极探索适应新兴产业特点的监管规则，完善跨行业协同管理、跨地区协作机制，破除行业和地域壁垒，进一步激发各类社会主体的创新活力；另一方面要树立底线意识，设置合理的“安全阀”和“红线”，着力防范区域性、系统性新风险，严格保护市场主体的合法权益，大力营造更加宽松、活跃、有序、健康的发展环境。

《意见》贯彻落实党中央、国务院关于深化“放管服”改革的重大战略部署要求，提出要简化行政审批，进一步推进信息消费领域“证照分离”，加强分类指导，全面推行清单管理制度，放宽新业态新模式的准入门槛，促进公平竞争、防止垄断，为更好的“管”和更优的“服”创造条件。《意见》鼓励以包容审慎监管助力新动能健康成长，鼓励在信息消费领域推动“双随机一公开”，完善失信惩戒制度，强化事中事后监管，探索监管方式创新，优化服务，为新产业、新业态、新模式规范发展留出充足空间。