



■ 赵晓辉 华晔迪

7月4日,国务院发布《关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》,明确未来三年以及十年的发展目标,提出包括创业创新、协同制造、现代农业、智慧能源等在内的11项重点行动,并就做好保障支撑进行了部署。分析人士认为,这一顶层设计将加快推进“互联网+”的发展,有利于形成经济发展新动能,催生经济新格局。

“互联网+”发展目标确定

指导意见提出,到2018年,互联网与经济社会各领域的融合发展进一步深化,基于互联网的新业态成为新的经济增长动力,互联网支撑大众创业、万众创新的作用进一步增强,互联网成为提供公共服务的重要手段,网络经济与实体经济协同互动的发展格局基本形成。

具体而言,这一目标体现在四个层面:在经济层面,互联网在促进制造业、农业、能源、环保等产业转型升级方面取得积极成效,基于互联网的新兴业态不断涌现,电子商务、互联网金融快速发展;在社会层面,健康医疗、教育、交通等民生领域互联网应用更加丰富,公共服务更加多元;在基础设施方面,网络设施和产业基础得到有效巩固加强;在发展环境方面,互联网融合发展面临的体制机制障碍有效破除,公共数据资源开放取得实质性进展。

关于“互联网+”的十年发展目标,指导意见提出,到2025年,网络化、智能化、服务化、协同化的“互联网+”产业生态体系基本完善,“互联网+”新经济形态初步形成,“互联网+”成为经济社会创新发展的重要驱动力量。

经过20多年的高速发展,我国互联网基础日趋坚实,正成为经济社会发展的新引擎。加快互联网更广范围、更深程度、更高层次的融合创新,打造新动能、壮大新经济、引领新常态,既是大势所趋,也是发展所需。

“指导意见是在深刻认识和准确把握互联网发展规律的基础上,对互联网与经济社会融合发展作出的重大战略部署和顶层设计,具有划时代的重大意义和深远影响。”中国信息通信研究院院长曹淑敏说。

11项重点行动覆盖经济社会领域

指导意见部署了创业创新、协同制造、现代农业、智慧能源、普惠金融、益民服务、高效物流等11个领域的“互联网+”重点行动。

“这些领域事关经济发展全局,或贴近人民群众关切,或创新变革潜力巨大;同时也是互联网能够发挥关键作用、融合方向清晰、指导性明确的领域。”曹淑敏说。

在“互联网+协同制造”行动中,指导意见提出,提升制造业数字化、网络化、智能化水平,在重点领域推进智能制造、大规模个性化定制、网络化协同制造和服务型制造,打造一批网络化协同制造公共服务平台,加快形成制造业网络化产业生态体系。

“我国是制造业大国,也是互联网大国,互联网与制造业融合空间广阔。”中国电子信息产业发展研究院院长罗文说,这将推动生产制造模式变革和产业组织创新,智能制造将成为新型生产方式,制造业服务化将成为产业发展新趋势。

尤为值得关注的是,“互联网+”不仅限于经济领域,还将通过与公共事业和生活服务业的融合,给人们的生活带来切实改变。

在“互联网+益民服务”行动中,指导意见提出,推广在线医疗卫生新模式、促进智慧健康养老产业发展,探索新型教育服务供给方式。“此项行动全面覆盖与广大人民群众日常生活密切相关的重要领域,发展电子政务、便民服务、在线医疗、健康养老、网络教育,成为发挥互联网优势改进民生服务的新途径。”曹淑敏说。

此外,“互联网+便捷交通”将促进公共交通服务效率,大幅提升治理能力;“互联网+绿色生态”将构建面向循环经济的绿色发展新模式。而降低行业进入壁垒、加强融合监管等保障举措将进一步促进互联网与民生领域的深度融合。

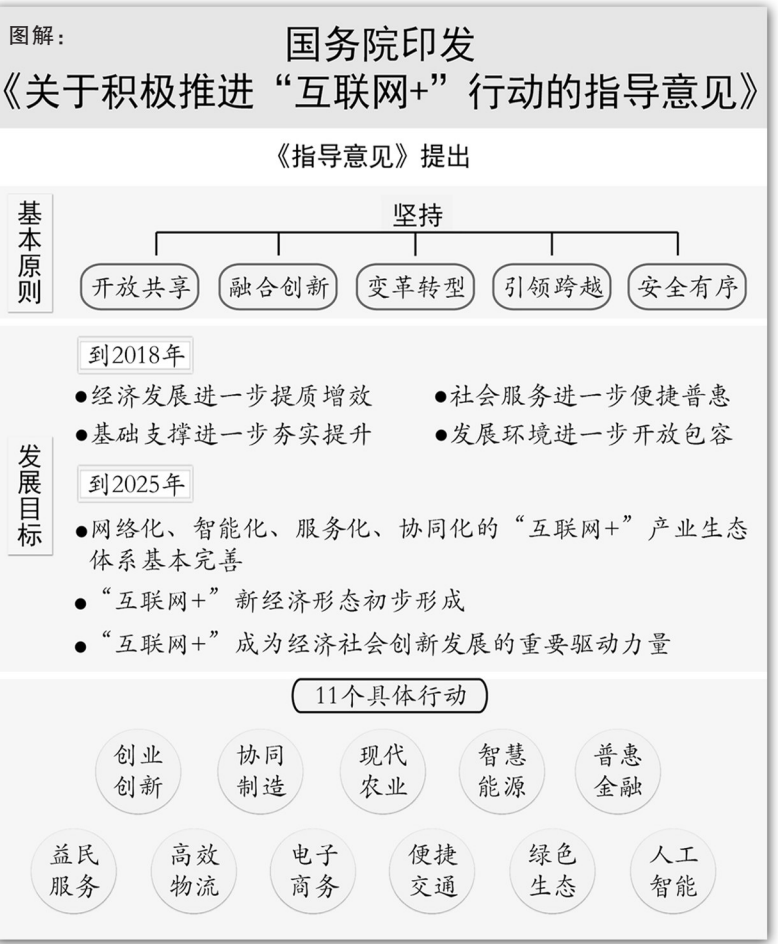
让“互联网+”落地生根 开创经济新时代

当前,我国经济进入新常态,平稳度过新旧产业和动能转换期,需要强劲有力和恒久持续的支撑力量。“抢占经济制高点,促进大众创业、万众创新,提升公共服务水平,必须走互联网融合创新之路。”曹淑敏说。

仅从互联网经济本身而言,我国就存在巨大的发展潜力。中国信息通信研究院理论测算结果表明,2014年,我国信息经济总量达16.2万亿元,同比增长21%,占GDP比重超过26%,已成为拉动GDP增长的主要力量。但与发达国家相比,我国信息经济占GDP比重依然较低,未来增长的空间大,后劲足。

“指导意见将进一步激发市场蕴藏的巨大活力,大幅提升我国信息经济发展水平。”曹淑敏说,指导意见的实施是一项庞大而复杂的系统工程,要充分发挥企业市场中的主导作用和政府的引导作用,形成统筹协调、包容创新、活泼有序的良好局面。

在一些专家看来,确保“互联网+”行动计划落地,必须营造包容有序的监管环境,逐步破除行业壁垒,放宽融合性产品和服务准入限制,推广负面



清单,扩大市场主体平等进入范围。同时,政府应推动交通、教育、医疗等公共数据资源开放共享,优化资源配置,并加强对重要领域的引导扶持。

曹淑敏认为,一些事关产业发展全局的战略性变革,若依靠市场力量难以形成具有竞争力的产业新生态,政府要大力引导和支持,避免碎片化发展。

同时,她也指出,企业应该是实施“互联网+”的主要载体和践行者,互联网企业和基础电信企业应致力于打造“互联网+”产业生态圈,传统企业则需依托互联网在创新模式、商业模式、生产方式、组织机构、人才结构等方面进行深度变革调整,打造新经济形态下的转型升级新优势。

企业“触网”改造向产业互联网转型

■ 李峥巍

今年3月,《政府工作报告》提出制定“互联网+”行动计划;6月24日,国务院常务会议通过《“互联网+”行动指导意见》;7月4日,国务院全文发布《关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》。由此可见,中国政府重视互联网与传统产业的融合创新,并在以一种时不我待的步伐加紧推进顶层设计。

在专家看来,这种“紧张”不无道理。“金融危机以来,世界并没能真正完全走出危机的影响。”中国工程院院士、中国互联网协会理事长邬贺铨说,包括发达国家在内的大多数国家都面临着产能过剩的问题。

互联网与产业结合,将来即便是大企业,也很可能不再是大生产,而是致力于小生产、个性化生产、智能化生产。邬贺铨说:“往产业互联网上的转型是各个国家面临的新选择。”

近年来,德国提出“工业4.0”战略,美国企业提出“产业互联网”,皆以互联网及大数据、云计算等技术撬动传统产业升级。

中国全功能接入国际互联网已有21年,网民规模超过6.5亿名,信息经济规模超16万亿元,占国内生产总值比重约26%。阿里巴巴、腾讯等一批互联网企业及华为、中兴等通信设备企业创新能力全球领先。

“互联网+”行动实现过程中,“创新”将更深入地渗透进经济社会各个领域。

中国的年轻创业者将首先感受到这股热潮。在11项重点领域中,“创业创新”被放在第一位,这无疑将鼓舞更多青年人的创业热情。

在中国科技创新的“试验田”北京中关村,“互联网+招聘”使“拉勾网”去年为150万

人解决了就业问题,“互联网+生活服务”让“58到家”颠覆想象,“互联网+亲情”让“小鱼在家”连接彼此……

更重要的是,“互联网+”行动正带动更多传统企业“触网”,以互联网谋求创新转型。

4月底,在传统零售业打拼20多年的张近东把苏宁搬到了“云上”。苏宁在上海的“浦东第一店”只留下一半的面积经营电器,剩下的一半被改造成体验区——体验决定选择,随后移动端支付,物流配送到家。

实体店变“试衣间”、互联网与传统零售业深度融合,这是以电器销售起家的苏宁做出的新探索。

另一个中国品牌海尔也在创新转型。过去的这10年,创始人张瑞敏让海尔逐步变成“创客”。

海尔已汇聚平台主、小微企业主和创客超6万人;催生小微创业体200多个;已诞生470个项目,汇聚超过1000家风风险投资方。

有200多万名中小企业客户的用友网络董事长王文京说,有90%的企业希望“触网”转型,其中约有10%能知晓互联网化改造的路径,剩余80%的企业仍在探索。

这股创新精神将向更多产业领域融合渗透。中国信息通信研究院政策与经济研究所ICT产业研究部主任何伟说:“距离终端用户越近的行业,变革将越早发生;开放程度越高的环节,互联网融合将越深。”

在“互联网+”行动浪潮中,中国将以创新推动实现更多的融合创新,这也将是中国追赶、跨越的重要契机。邬贺铨认为,在“工业4.0”、“产业互联网”的国际浪潮中,国内互联网发展从消费转向生产应用,这将成为中国难得的跨越发展机会。

“互联网+三农” 小农户对接大市场

■ 张瑞义 刘欢 陈洋

眼下,借助与互联网的融合,传统的农业生产正发生着深刻的变革。“互联网+农业”这一新模式,为山东现代农业发展带来了新契机。新机遇,更是新挑战。农业大省山东该如何抢抓机遇,提高生产水平、增加农民收入?

这两年,新泰大樱桃一跃成为行业黑马,两年时间,外销额从零变成了2000万元。推动力量来自杞农云商,这一地方电商平台一搭上淘宝京东等第三方大平台,便让新泰樱桃插上了翅膀。山东杞农电子商务公司总经理刘哲说:“过去普通快递发一公斤大概29块钱,现在,以发到北京为例,大概11块钱就可以到消费者手中。”

但进村的路,杞农走得十分艰难。农村布局分散,农产品采购零散,电商进村成本高,农民进城难度大,两下僵持,终成一公里障碍。为此,杞农云商不得不投资300万元,村村建终端,货物公交换村转。

消除一公里障碍,各地需积极孵化地方特色电商平台,培育行业和产品垂直平台,以此对接阿里、京东等大平台。山东省商务厅电子商务处处长许冰波说:“小平台对接大平台,这种区域性的电商平台可能是山东未来培育网上资源、培育平台资源很重要的突破口。”

然而,比起硬件,在小农户与大市场的冲突中,农产品监管才是真正的拦路虎。刘哲告诉记者:“‘互联网+’,我们也不

会指望它加到每一个村、每一棵树。”

电商的感叹,源自农产品信息的混乱。山东6000万名农民,2000多种农产品,生产千家万户,耕地条块分割,作物五花八门,条形码成千上万,但没有一种农产品有完整的信息链,从县市到省几乎没有统一的信息平台。

对此,山东省农业厅市场与经济信息处朱晓峰表示,“建议能在全省范围内构建一个全产业链的数据共享的大数据库,专家可以随时从中调取自己需要的资料,消费者从中选取安全的、优质的农产品,农民也能从中知道什么产品好卖。”

信息整合只是抓手,农产品从地里到网上不是简单的空间移位,它是流程的再造、品牌的重塑。山东杞农电子商务公司董事长李乐合认为:“‘互联网+’更核心的是思维和方法的互联网。从产品到商品的过程,需要概念的设计、需要品牌的设计、需要包装的设计,还需要物流过程的控制。”

走过互联网,产品变商品,互联网要想与农业叠加渗透、深度融合,土地流转、产业整合等组织体系建设刻不容缓,这也是农业全产业链互联网化的必由之路。这一点,已托管土地千万亩的山东供销社与京东的合作或许能给我们更多的启示。双方牵手后,互联网直接加在覆盖耕地面积2万到4万亩、统一生产经营管理的服务体系上。京东集团副总裁蔡明健表示:“资源一旦整合,‘互联网+’才有意义。”

山东省供销社监事会副主任王立来认为:“‘互联网+农产品’,不是物理的‘+’,而是一种农业生产重塑过程,是一种化学反应。”

