

长三角信息服务业现状分析与发展策略

郭榕 熊励（上海对外贸易学院，上海 200336）

〔关键词〕信息服务业；长三角

〔摘要〕本文以信息服务业的发展为中心，论述长三角地区信息服务业的发展现状，进而分析了该地区发展信息服务业的优势以及存在的问题，最后提出了推动长三角信息服务业发展的对策建议。

〔文献标识码〕A 〔文章编号〕1009—0061(2006)12—0047-02

一、长三角信息服务业发展现状

根据国家统计局发布的《统计上划分信息相关产业暂行规定》，本文所述信息服务业上是指电信相关服务、广播电视传输服务、互联网信息总服务以及计算机、软件相关服务。

1、上海市信息服务业发展现状

经过近几年的发展，上海信息服务业形成了较完整的产业体系，对国民经济的贡献逐年增加：上海信息服务业的经营收入从1999年的183.82亿元上升到2005年的916.8亿元。

电信：2005年末，新增实名登记用户65万余户；固定电话用户达996.7万户，固定电话主线普及率达56.1%；移动电话用户1444.2万户，普及率达81.2%。

广电：至2005年末，全市数字电视用户累计达8万户；有线电视用户达427.3万户，比上年末增加493万户，其中有线电视双向改造完成185.66万户，比上年末增加12.77万户。

互联网：至2005年末，互联网用户达803万人，比上年末增加170万人，互联网用户普及率达45.2%；宽带接入用户达247.4万户，比上年末增加88.58万户。

软件：在整个上海信息服务业中，软件营业收入的比重不断增加，2005年营业收入达到455.17亿元人民币，同比增长50.3%，占信息服务业的49.65%。全市共有软件企业1600家，软件从业人员11.8万人，有27家企业被认定为国家规划布局内重点软件企业。

2、江苏省信息服务业发展现状

受国民经济快速发展和人民消费需求日益增长的双重拉动，江苏省信息服务业规模逐年扩大。2004年，江苏省从事信息传输、计算机服务和软件业的人（签金项目）上海教委曙光项目资助数达5.19万人。

电信：2005年，江苏省电信业务总量达676.12亿元，增长35.8%。年末固定电话用户3059.35万户，新增477.49万户。年末移动电话用户2550.43万户，比上年末增加331.89万户。全省电话普及率达75.1部/百人，比上年增加10.5部。

广电：2005年，江苏省广播电视基础设施建设进一步加快，省、市、县电视设备数字化率分别达到92.00%、48.55%、43.42%，广播中心数字化率分别达到47.11%、46.00%、35.67%。市、县有线电视网络改造工程成绩显著，城乡网络500户设立一个光节点的目标任务已完成73.3%，城区网双向化改造覆盖用户212.2万户，超过有线电视用户数的40%。

互联网：2005年年末互联网用户449.54万户。各主要城市建成宽带城域网，信息技术应用继续扩大，新闻浏览、视频点播、信息查询、远程教育、远程医疗、视频会议、网络游戏等被广泛使用。全省审批项目大部分实现了网上受理。

软件：江苏省软件产业连续5年年均增幅超过50%。2004年销售额为188亿元，出口8716万美元，列全国第五。具有自主知识产权的电力管理和控制软件以及电信管理软件分别占全国50%和30%的份额。

3、浙江省信息服务业发展现状

2004年末，浙江省从事信息传输、计算机服务和软件业的企业数为6900家，从业人员17.11万人。全年信息传输、计算机服务和软件业主营业务收入为471.79亿元，利润103.69亿元。

电信：2005年全年电信业务总量为803.5亿元，增长25.6%。“十五”期间新增固定电话用户1347.5万户，新增移动电话用户2011万户，移动电话普及率由上年末的49.2部/百人提高到59.0部/百人。

广电：浙江省广播电视已形成由卫星、微波、光缆和电缆相结合的专用传输网络，到2005年底，全省乡镇的联网率达到95.8%，行政村的联网率达到87.4%以上。2005年全省广播电视业总收入为64.02亿元，同比增长17.57%，经营创收总收入为59.05亿元，同比增长17.44%。

互联网：2005年末，浙江省互联网用户总量达到689万户。宽带市场主要集中在各市区和个人用户，集团用户则是在校大专院校学生这批校园网用户占了相当大的份额。目前，宽带市场迅速形成多家竞争格局，并在政府对驻地网建设及时、有效的管理下，进入良性竞争。

软件：软件产业总体实力进一步得到提升，2004年浙江省软件与系统集成销售收入达到137亿，占全国总销售收入的8%。经过近几年软件外包业务的发展以及政府的扶持，软件出口业已初具规模。2005年上半年，浙江省软件出口额达到509万美元，同比增长288.4%。

二、长三角信息服务业发展策略

1、长三角发展信息服务业的优势

一是相对合理的区域产业布局。长三角地区已经形成以上海为核心、若干个专业化中小城市为外围和辐射区域的巢状分层结构。这是长三角地区信息服务业合作的基础。

二是各地区企业结构差异，有利于协作发展。在长三角地区，大批跨国公司总部、研发机构入驻上海；江苏省则是台商聚集（苏南地区台资占大陆台资的50%以上）；浙江省的民营中小企业相当活跃。不同的企业结构和规模为长三角信息服务业合作发展提供了条件。

三是区域内具有资源整合优势，有利于集约化发展。上海的信息、金融、贸易优势；上海、宁波的航运优势；上海、南京、杭州的人才、技术优势；上海、南京、杭州的软件业优势；长三角区域的市场规模优势；区域内劳动力成本优势和资源优势，这些都有利于地区间优势互补，实现整体效益最大化。

2、长三角发展信息服务业过程中存在的问题

一是信息服务业从业企业存在结构性矛盾，体现在：第一，信息服务业落后于信息制造业，对软件和信息资源开发利用的投资远远少于信息制造业；第二，信息服务业垄断程度较高，政府对广电领域控制严格，信息咨询服务市场（由信息加工处理和数据库组成）所需的重要资源尚未开放。

二是信息服务业企业各自为战。行业发展处于无序状态，信息资源开发利用不充分，内部产业链构建尚未完成。各企业缺乏行业内部的社会化分工协作以及良性竞争，没有整合和长三角地区的整体发展优势。

3、发展长三角信息服务业的几点建议

(1) 抓住上海世博会机遇

世博会的举办将为信息服务业的发展，创造一个更加稳定、开放与国际化的文化社会环境，促进资金、技术和人才等要素向上海及周边长三角其他城市集中。信息服务业是一个渗透性很强的行业，世博会将通过刺激会展业、旅游业、金融服务业等信息服务业相关产业的发展，为信息服务业提供连带需求。

(2) 实施兼并合作，走联合发展之路

当前，长三角地区信息服务企业规模偏小，个体力量相对薄弱，如果能够联合起来，充分发挥各自在资金、技术、产品、市场、服务等方面的优势，实现规模化经营，可以增强自我发展能力，在激烈的市场竞争中获得优势。

(3) 实施品牌战略

随着市场竞争越来越激烈，信息服务企业产品的品牌将显得越来越重要，强大的品牌效应可以提升公司的知名度，在竞争中取得优势。而品牌的建立取决于企业能否给用户提供更全新的信息服务产品并迅速占领市场。长三角地区信息服务企业可以尝试推出统一品牌，进而在全国市场甚至是全球市场上获得更多份额。

三、结语

信息服务业广泛渗透在现代服务业各主要行业和领域，是现代服务业的重要支撑产业。信息技术在服务业中的推广应用，为信息的快捷、畅通流动奠定了基础，有助于推动服务业信息化水平的提高，促进服务业效率和效益的增长，并且实现传统服务业的改造和升级。随着信息技术的日新月异，长三角地区的信息服务业必将为该地区的经济发展做出越来越大的贡献。

(参考文献)

【1】上海市信息化委员会. 2005年上海市国民经济和社会信息化公报. www.shanghaiit.gov.cn.

【2】江苏年鉴编委会. 江苏统计年鉴 2005. 2005年江苏省国民经济和社会发展统计公报.

【3】浙江省统计局. 浙江统计年鉴 2005. 2005年浙江省国民经济和社会发展统计公报.

【4】谭福河, 孔令秋, 杨立斌. 长江三角洲地区产业结构趋同化分析 (J). 商业研究, 2003, (17).

(责任编辑: 周一鸣)