

知识经济与信息消费

李恩平

(一)

新技术革命尤其是信息技术的发展,已使全球经济增长方式发生了根本的转变,工业经济正向更高级的以知识为基础的经济形式转变,21世纪将是知识经济的世纪。知识经济是直接建立在知识和信息的生产、分配和利用(即消费)基础上的经济,知识和信息将成为经济发展的强大动力。知识是系统化信息的集合,而信息则是传递、处理和表现客观事物特性的知识流。知识经济最大的特征就是信息化,这主要表现在:

(1)在资源的开发上,除物质资源外,主要依靠知识信息资源的开发利用,以信息为核心的全新的创造财富的新观念、新体系正在形成和构建。

(2)在经济和社会发展上,信息产业突飞猛进,将成为主导产业,各个国家和地区信息产业占GNP的比重呈日渐上升趋势。如美国1967年信息产业产值占GNP的46%,1990年占75%,预计到2000年达90%,其产值接近5000亿美元。

(3)在就业结构上从事知识产业、信息产业的人数大幅度提高,在美国已超过就业人员总数76%,英、法、德等西方发达国家信息就业人员均超过总就业人员的50%。

(4)在决策管理上,不管是国家还是部门、企业都将更多地依赖于数据等信息的迅速交流、传播和利用。信息日益成为科学、民主、合理决策和经济、社会、科技协调发展的源泉。

(二)

信息革命呼唤知识经济,知识经济的到来也必将极大地促进经济的信息化,为信息消费的扩展带来前所未有的机遇。

素,积极培育和开拓我国精神产品消费市场,是当前亟待解决的问题;另一方面,大力调整产业结构和产品结构,促使物质消费产品的升级换代,以便更好地满足人民对物质产品消费的需求。只有把物质消费和精神消费协调起来,我国居民的消费才能有完整的内涵。

消费方式的预期:现阶段我国居民的消费方式已受到知识经济浪潮的不断冲击,而且居民通过电信网络消费的范围将越来越大。如加入了因特网的居民,可以利用信息网络,将购买信息及时传递到设计—销售—流通的各个部门,各部门可以共同掌握和协调信息,并充分合作,为居民消费服务。而且信息网络使得厂家—商家以

(1)知识经济时代,以高技术知识为特征的信息技术的飞跃发展,促使信息消费的手段发生根本性的变革。

随着计算机技术、通信技术、激光技术、光电子技术、自动控制技术、光导技术和人工智能技术的发展,诱发了信息技术的革命。巨型计算机的出现,大大地降低了信息处理的成本,全球互联网络的建立,可以实现全球信息资源的共享,芯片的出现,大大提高了人类储存知识的能力,光纤和数字化技术,提高了知识和信息的传播速度,消除了人们搜集和应用知识的时空限制。用户鉴别和加密技术等安全措施能够防止外界入侵,保证信息传输过程中的安全可靠。所有这些,已经和正在改变着信息服务业的信息服务手段,使信息消费者能够快速、便捷、安全、保密地传输和消费信息产品。

(2)知识经济使整个人类社会对信息消费的依赖性进一步增大,信息产品成为重要的非物质性消费品。

知识经济的核心是知识的生产、扩散和使用,它决定着社会经济与科技发展的速度。由工业经济向知识经济转变以后,由于市场经济决策主体的多元化和现代管理科学的发展,以及社会系统的结构和功能的日益繁杂,整个社会各行业各部门的运作对信息的依赖性进一步增大。当社会生产过程中,供需双方信息能得到较好的沟通时,整个社会的生产就处于相对均衡有序阶段,当由于各种原因如市场失灵、计划失误等,供需双方的信息不能得到很好沟通时,整个社会生产就处于失衡或振荡阶段。因此在人类的生产过程中,对各种信息的收集、整理、存贮、传播和消费活动所占的比例将大大上升,信息产品将成为推动经济社会进步,促进人的全面发展的重要消费品。

(3)知识经济时代将极大地丰富信息市场,人类将享

及消费者之间的双向快捷的直接交流成为可能,消费者的需求信息让厂家和商家迅速掌握,厂家就能按照定货信息生产适销的产品,这样使得厂家和商家能够减少存货积压,消费者也能获得最大限度的满足。而且在利用信息网络的数字经济领域,追加生产和销售的成本几乎等于零,因此,可以大幅度地降低厂家的生产成本,商家也能获得良好的收益,同时又能为消费者提供极大的便利,这种三位一体的实时运作经济模式,将是21世纪经济运行的最基本形式。

(作者系中央财经大学财政系博士生)

受到深层次、全方位的信息服务。

在知识经济时代,信息服务业提供的信息产品将不再是简单的信息罗列,而是通过对占有的大量信息资源利用现代化的信息服务手段,进行深层次研究,向用户提供对迅速变化着的外部社会环境能作出快速反应和科学决策的方案、建议和思路。

知识经济也将进一步推动知识产权保护的国际化 and 全球网络化的发展,这将进一步加快知识在全球范围内的传播速度。近两年一些著名的信息服务公司如美国的兰德公司、安德森咨询公司、日本花王公司等在世界绝大多数国家都建立起分支机构或办事处,以最快的速度为用户提供第一手全球性、战略性的信息产品。

(三)

为了迎接知识经济的到来,世界各国竞相发展信息产业,加速信息消费。据悉,1992年美国、日本的信息产业投入比1991年分别增长16%、40%。另据国际信息产业协会统计:90年代初全球信息产业硬件产值已近9000亿美元,软件销售额1200亿美元,信息服务总额180亿美元。预计世界信息市场的规模还将以平均7%的年增长速度发展。

相对于全球方兴未艾的信息化浪潮,我国信息化水平还是比较落后的,信息市场的发育还处于初级阶段,信息消费的整体水平还比较低。据统计,我国人均图书占有量为0.254册,40万人才拥有一座图书馆,我国目前有数据库1038个,占世界总量的1%,但与年产值200多亿元的世界数据库业相比,我国数据库业只占世界总产值的0.1%。这与有着十二亿多人口的大国是极不相称的。即使拥有的这些信息资源,其利用率也严重不足,我国书刊利用率为1%,现有数据库有人问津的不到5%,通讯网络利用率仅为15%。

造成我国信息消费的低水平原因是多方面的:

(1)全民信息意识淡薄,不少人文化素质较低,制约了我国信息消费的需求。一方面,信息市场的建立在我国起步较晚,信息消费还没有得到社会的普遍认同,用户还习惯于传统的自我封闭的服务模式。另一方面,信息需求与用户素质密不可分,用户的素质高,信息产品的利用程度高、需求大,反之则低。我国国民整体素质还处于不发达国家之列,文化教育水平偏低,从而在一定程度上影响信息产品的使用与需求。

(2)我国居民收入水平偏低影响了信息消费的需求。消费是收入的函数,人均国民收入的高低以及增长速度对市场需求总量的大小、需求结构的变化起着决定性作用。我国目前人均GNP才500多美元,属于低收入国家,居民恩格尔系数长期居高不下,总体购买力不高,对信息产品的购买力就更不高。在美国月网费支出约占收入的1/100,而我国则为1/3,是美国的33倍。如在CERNET(教育科技网)的使用上,很多老师不得不限制或不准学生上网,尽管已降低了收费,但对学校、系科和学生来说还是一笔昂贵的费用。因此,偏低的收入、消费水平必然制约信息产品的需求。

(3)条块分割、垄断经营导致的低效率限制了信息消费。在我国,科技、金融、管理、新闻等行业的信息机构各自为政,没有形成全国统一的信息管理系统,一方面致使许多研制项目在低水平上重复,信息服务机构重复交叉、信息资源闲置和短缺并存;另一方面,这些各自为政的信息服务机构在自己的领域垄断经营、低效率地生产,索要不合理的垄断高价,服务质量又不高。据悉,一方面,我国原邮电部系统八横八纵光缆网有大量传输能力剩余,各地电信系统传输能力也多有放空;另一方面,我国电信服务收费却普遍偏高,我国的月网费是美国的两倍,从香港打电话到内地话费价格是从香港打电话到美国的近9倍。在信息服务方面,一方面是我国广大用户群的专业信息极为缺乏,如企业迫切需要的有关国内外新产品开发信息、商业与贸易信息、科技情报信息、科研教学人员所需的经过整理和深加工的国内外学术动态、理论研究信息等具有实用价值、有专业特色的信息库,不是空白,就是刚起步。另一方面却是信息的相对过剩。网上信息内容繁多复杂,多数缺乏特色、内容雷同、实用性差。信息内容时效性差,过时信息仍在传播,数据库更新周期长,10天内更新的数据库仅占8.8%,还有不少死库。

(四)

当代世界是充满竞争的社会,也是机遇与挑战并存的社会,各个国家,特别是大国都在抓紧制定21世纪的发展战略,抢占知识产业、信息产业的制高点。未来学家托夫勒说过:“谁拥有信息、谁拥有网络,谁就能掌握世界的主导权”。为了迎接知识经济的到来,我们必须采取措施,推动经济的信息化,提高信息消费的水平。

(1)广泛开展全社会范围的信息消费教育,树立国民正确的信息观,提高对信息认识的普遍认同。通过对信息化内涵及其规律的深入研究和揭示,扫除认识误区,在全社会形成一个有利于信息资源开发和有效利用的氛围。

(2)增加投入,加强信息装备基础,如通信设备、计算机、信息处理设备和网络设备等;增加投入强化信息服务基础,如信息库的建设和更新,图书、期刊的翻译、出版和整理。

(3)改革我国信息管理体制。一方面建立全国统一的信息产业管理机构,结束各部门、各地区各自为政的局面,避免信息项目的重复研制和建设。另一方面,在信息的生产加工、服务各领域引入竞争机制,打破垄断,促使信息部门提供优质、价廉的信息服务。

(作者系湖南师范大学经济与管理学院硕士生)

参考文献:

李敏:《21世纪我国信息产业的发展道路》,《情报学报》第17卷第5期。

董毅青:《信息市场的需求分析与思考》,《情报科学》第17卷第1期。

周兴维:《政府最该管好的事》,《经济学消息报》1999年3月5日。