

多层次信息消费驱动传统产业转型升级的路径模式

——供给侧与需求侧对接的视角

□ 邓少军 芮明杰 赵付春

浙江师范大学 经济与管理学院 浙江 金华 321004

本文结合信息消费与产业转型发展的相关理论,基于供给侧与需求侧对接的视角,构建了一个信息消费驱动我国传统产业转型升级的四维路径模式框架。其中,“层次协同”是基础;“能力构建”是核心;“产业双元”与“跨界融合”既是手段也是目标。

一、层次协同路径

这里的“层次协同”是强调通过多层次信息消费的协同配合,各层次消费主体充分发挥各自在产业信息化转型发展中的功能作用,在此基础上实现多层次信息消费整体效用的最大化,为传统产业实施基于信息化的转型升级提供良好的支撑性环境,解决传统产业因为环境不支持、不匹配而“不愿意”转型升级的顾虑。

第一,从消费者层次看,信息消费应着眼于激活对传统产业转型升级的拉动或引领效应。当前消费者层面的信息消费趋势与重点:一是智能化;二是线上线下载融合;三是基于信息化的个性定制;四是基于网络的众包与共享经济的兴起;五是对健康环保等方面的信息服务关注度日益提升。消费引领与需求拉动效应将促使传统产业及企业必须做好对接与适应,重塑发展新动力。

第二,从企业层次看,信息消费应着力于强化主体能动性以推进信息系统集成与信息价值体现。今后传统产业中企业信息消费的重点除了必要的信息化软硬件改造与升级之外,更为重要的是基于信息化手段增强供给结构对需求变化的适应性和灵活性。

第三,从产业或产业集群层次看,信息消费应着重于搭建信息化协同服务的智能平台。产业或产业集群层次的信息消费应当成为传统产业及企业信息化转型升级的“助推器”。

第四,从区域或国家层次看,信息消费应着手于完善信息化支撑保障的软硬件环境。其中,促进公共信息的共享、鼓励基于信息化的创新、优化信息消

费的市场化机制、提升公共信息服务质量与效率、降低公共信息消费成本将是工作的重点方向。

二、能力构建路径

通过信息消费来培育“多主体、多阶层”能力体系以开辟一条推动我国传统产业及企业实现转型升级的有效路径。

第一,多层次信息消费促进多主体信息化动态能力的构建。信息化动态能力可以界定为基于信息化手段整合、构建及重组内外部资源与竞争力以适应动态变化环境的能力。主要体现在通过环境扫描与战略思考能够“感知与识别机会的能力”、通过学习创新及适应做出高质量决策的“抓住机会的能力”、整合重构资源的“匹配和支撑机会的能力”。在传统产业转型升级过程中,这些能力可以体现在多个主体方面:一是企业这一核心主体通过信息系统搭建、信息平台打造、信息内容丰富和信息资源共享等方面的信息消费,有可能大幅提升环境扫描、学习与创新、资源整合与重构等方面的成效,帮助其构建与转型升级需求相匹配的信息化动态能力;二是消费者在智能终端、信息服务等方面的消费也可以构建并提升自身的信息化动态能力,帮助其更好地适应信息网络时代的机遇与挑战,成为高素质的信息消费主体;三是政府及其他中介服务组织通过在公共信息服务、环境支持等方面的信息消费有助于其构建信息化动态能力,为产业和企业的转型发展以及消费者信息消费需求的满足提供良好的环境条件支撑。

第二,多主体信息化动态能力推动信息化运作能力的改善。动态能力实质上是一种改变和更新普通运作能力的高阶能力。对于企业来说,信息化动态能力要有助于改善和更新其信息化决策与运营能力,如研发、生产、营销、采购等职能领域的具体运作能力;对于消费者来说,信息化动态能力则可以帮助其提升个体的消费能力和消费素质,最终将增强其

对传统产业转型升级的有效需求拉动能力;从政府及中介服务机构来看,信息化动态能力则可以帮助其根据新的环境变化要求来调整和优化组织运作效率及工作成效,提高其对传统产业转型升级需求的服务支持与环境保障能力。

第三,信息消费与信息化能力体系的协同更新。动态能力本身也是一种能力,同样需要其他更为先进的动态能力进行更新以确保其与环境变化要求动态匹配。因此,高阶的信息化动态能力及低阶的信息化运作能力体系都要与时俱进:一方面,信息消费要不断发展,吸收最新的信息技术与科技成果来提升消费层次与消费功效,以此促进产业转型升级能力体系的优化与升级;另一方面,能力体系的演化与更新也要为信息消费的进一步发展指明方向,帮助拓展信息消费的空间。

三、产业二元路径

创新研究中的二元性理论强调,组织需要在维系当前运营效率及利润获取的“挖掘性创新”与确保未来能够持续发展的“探索性创新”之间寻求合理的平衡。

第一,信息消费促进传统产业的挖掘性创新。挖掘性创新主要着眼于提升当前的运营效率,挖掘现有潜力,最大化当前运营的利润回报,主要特点是侧重实现小幅度、稳妥性、持续的改进,追求标准化和效率,强调执行与连续性。为此,信息消费的重点主要集中于旨在提升信息化决策与运作效率及降低成本的软硬件改造与升级、企业及公共信息系统建设、信息化流程改造与优化、现有产品和服务的信息化改造与升级等方面。

第二,信息消费促进传统产业的探索性创新。探索性创新主要是通过识别和把握产业及企业发展的新机会来适应未来可持续发展的新要求,重点关注的是突破性、体系性的创新,行为特点侧重于不断探索、追求变化、提倡柔性、勇于试验、容忍错误等。因此,促进探索性创新的信息消费重点是有助于探索、识别及把握新产业机会的相关信息化投入领域,有助于学习、创新、试错的信息化工具与平台及系统建设;提升研发及营销能力与效果的信息化工具、平台及系统建设;有助于提升组织战略与流程柔性的信息化工具、平台及系统建设等。

第三,实现信息化基础上的传统产业二元发展。实现二元发展的途径主要有:结构型二元、情境型二元与领导型二元。在传统产业转型升级过程中,实现结构型二元发展,可以考虑在企业、产业或产业集群范围内推动结构上的创新任务分配:一部分企业的业务单位、产业中的企业或相关专业服务机构重点关注挖掘性创新,另一部分组织重点关注探索性

创新,而产业中的核心企业应当着力于推动或促进不同的创新活动在整个产业或产业集群范围内进行有效整合。此时信息消费的重点将是有助于不同创新活动在企业、产业或产业集群进行有效分工和整合的信息系统与信息平台建设。情境型二元则强调在企业、产业或产业集群范围内构建合适的二元发展文化与氛围,建立合适的体制与机制,让产业中的企业或相关组织根据自身情况选择适合自己的创新活动领域,而产业中的核心企业应当能够推动不同创新活动的有机融合来促进产业二元发展。为此,信息消费的重点是促进信息共享与传播、基于信息化手段推动体制与文化变革以及营造合适的二元发展氛围等方面。对于领导型二元,主要强调企业(特别是产业中核心企业)的战略领导者应当具备二元发展思维,同时考虑并兼顾到企业自身和整个产业在挖掘性创新与探索性创新方面的同等重要性,通过其卓越的领导力,在企业乃至整个产业范围内推动二元发展。为此,信息消费的重点是持续提升领导者个体的信息化素质,强化其基于信息化手段感知、分析、判断及决策的能力,构建能够有效推动结构型二元或情境型二元创新的领导力与执行监督力。

四、跨界融合路径

这里的跨界融合既包括信息技术与特定产业的融合,也包括信息化驱动下不同产业间的融合,其相关作用机理主要体现在:

第一,信息消费促进跨界融合机会涌现。通过对消费者信息消费需求的培育、引导与激励,将会有助于涌现出更多信息技术应用与传统消费需求相结合的跨界新机会。这些机会是引领传统产业及企业实现转型升级的重要方向性指引,也是传统产业转型升级的主要需求动力源。

第二,信息消费促进跨界融合机会识别。企业在信息获取、大数据智能分析等方面的信息消费,则有助于及时有效地识别相关跨界融合机会,主要涉及的是数据与信息的挖掘、获取、分析及形成智能化结果。政府及其他中介服务机构也可以采用类似的方式来获取公共信息与公共大数据,通过智能化分析来研判消费行为趋势和产业发展机会,从而为制订有效的政策方案提供科学依据。

第三,信息消费促进跨界融合机会把握。在此基础上,企业、政府及专业服务机构,通过在信息系统建设、信息资源共享及基于信息化的流程优化等方面的必要消费,能够基于信息化手段提高决策质量、提升运作效率、培育特定能力、匹配关键资源,从而为有效把握上述跨界融合机会奠定基础。

■ 《复旦学报》2017年第3期,约13000字