



图为北京大学燕京学堂留学生代表团了解贵州大数据产业发展情况。中新社 瞿宏伦/摄

## 大数据

“大数据是信息化发展的新阶段。”面对你追我赶的信息化竞争环境,习近平总书记敏锐地作出判断。

大数据已成这个时代创新与发展的重要主题,近年来我国大数据产业发展取得了积极进展,呈现出政策持续完善、应用逐渐落地,产业快速崛起等发展态势。

中国已先后出台《促进大数据发展行动纲要》《大数据产业发展规划 2016-2020》等政策文件。

据统计,全国约 20 多个地方成立了大数据管理机构,发布实施 160 余项大数据相关政策。

中国大数据产业核心技术不断突破。据不完全统计,中国在大数据库领域的专利公开量约占全球大约 40%,位居世界第二,国内骨干互联网公司已经具备自主开发建设和运维超大规模大数据平台的能力。

大数据应用也在深化。大数据的应用已经从互联网营销广告

等领域逐步向工业、政务、电信、交通、金融、医疗、教育等广泛渗透,并向生产、物流、供应链等核心业务延伸。一批大数据用不断改造提升传统产业,促进工业互联网、工业大数据、工业云协同发展,推动实体经济转型升级。

中国信息通信研究院重磅发布的《大数据白皮书(2018年)》显示,2017年我国大数据产业规模为 4700 亿元人民币,同比增长达到 30%。

## 云计算

云计算、5G 是未来科技基础。云计算在我国起步较晚,但目前正处于较快增长期。2017 年工信部颁布了《云计算发展三年行动计划(2017-2019年)》,“十二五”末期中国云计算产业规模已达 1500 亿元,《计划》要求到 2019 年,中国云计算产业规模达到 4300 亿元,连续 4 年

的复合增速将达到 30%。Forward Intelligence 公司预测中国 2020 年云计算 IT 市场将占全球云计算 IT 市场收入的近四分之一,预计将从 2015 年的 1800 亿美元增长到 2020 年的 3900 亿美元。

当前,云计算已经站在起飞的风口上。2018 年或将是云计算产业的拐点。

2017 年中国 IaaS(基础设施即服务)第一的厂商阿里云的收入 111.68 亿元,首次突破百亿,同比增长 100%;IaaS 排名第三的金山云收入 13.33 亿元,同比增长 81%。在公有云市场的高速增长之下,浪潮信息 2017 年预计净利润 3.87 亿-4.74 亿元,同比增长 35%-65%。



图为“2017 杭州·云栖大会”工作人员介绍基于云技术的 ET 城市大脑系统。中新社 李忠/摄



图为芬兰罗瓦涅米市一家商店内,中国游客购买商品后付款。中新社 许康平/摄

## 网络购物

2017 年 5 月,来自“一带一路”沿线 20 个国家和地区的年轻人评选出了中国的“新四大发明”:高铁、支付宝、共享单车和网购,引发全球热议。网络购物是当今中国人重要的消费方式和生活方式,从繁华的都市到边远的山区,在中国 960 多万平方公里的土地上,只要有互联网,就有网购。

“6·18”、“双 11”、春节、五一、国庆节……国民网上购物的狂欢日越来越多。从中国本土到越南、泰国等亚洲邻国,到远在地球另一端的阿根廷、巴西……“剁手党”全球网购嗨翻天。

中国国际电子商务中心首次对外发布《世界电子商务报告》显示,在移动电子商务方面,目前,

全球有约 16.6 亿消费者使用移动端进行网购,使用移动端进行支付的消费者占比已达 12%。其中,中国使用移动端进行网购的消费者占到 88%,全球排名第一。

中商产业研究院预计 2017 年中国网络购物零售额用户规模将达到 5.4 亿人,2018 年我国网络购物用户规模将进一步突破 6 亿人。

## 移动支付

在外吃饭扫一扫,路边买水果扫一扫,挂号缴费一键结算……出门不带钱包,带上手机就够了。丰富的场景、便捷的服务,移动支付已经成为人们的生活习惯。今年的政府工作报告中提到,过去五年,创新驱动发展成果丰硕,其中高铁网络、电子商务、移动支付、共享经济等引领世界潮流。易观智库预计,到 2019 年,中国移动支

付市场规模将达到 104 万亿元人民币。

“扫一扫就支付”的移动支付方式,不仅方便了国人,还成功“圈粉”海外。全球不少国家和地区正在感受或已体验到中国的支付速度,“印度版支付宝”“泰国版阿里巴巴”“菲律宾版微信”“印尼版滴滴”……在“一带一路”沿线国家,许多在中国热门的移动应

用实现本土化,让当地民众体会到“互联网+”的方便与实用。

中国发明,世界受益。2017 年,支付宝加快了伴随中国人走出去的脚步,累计接入 36 个境外国家和地区的数十万商户,支付总笔数较 2016 年增长了 306%。截至 2017 年 7 月底,微信支付已登陆 20 个境外国家和地区,支持 13 个币种直接结算。



图为广州一电商企业员工们在电脑前解答消费者的购物疑问。中新社 许康平/摄



图为俄罗斯美女骑着“共享单车”畅游在俄罗斯布拉戈维申斯克市街头。中新社 宋福来/摄

## 共享单车

共享经济虽然发端于国外,但将其发扬光大的却是广大的中国企业。全球移动数据研究机构 Cheetah Lab(猎豹全球智库)发布的首份《共享单车全球发展报告》指出,与欧美国家相比,中国公共自行车起步虽晚,但中国首创的无桩共享单车实现了弯道超车。从共享单车活跃用户的

全球分布来看,以中国、新加坡为主的亚洲地区是共享单车最热门的区域,国内市场中,2017 年全年,中国共享单车行业活跃用户渗透率增长了 6 倍多,仅两年时间,赤橙黄绿青蓝紫……各色共享单车迅速占领了中国的大街小巷,也逐步骑进了世界各地。

摩拜单车与 ofo 公司正寻求全球化扩张。2017 年,ofo 和摩拜两家将竞争从国内市场蔓延到海外市场,根据公开数据,截至 2017 年底,ofo 小黄车已在全球 21 个国家、超 250 城开展运营,而摩拜进入 11 个国家提供服务,在海外共享单车排行榜中,两家依然领先。(本报综合)