

网上中国

信息传输、软件和信息技术服务业的员工年平均工资居前

## “码农”多了，城市科技含量更足

海外网 王法治

“码农”“程序猿”“攻城狮”……信息技术日益普及，信息科技（IT）逐渐成为一个备受青睐的行业。日前，国家统计局发布2019年城镇非私营单位、城镇私营单位和规模以上企业分岗位就业人员平均工资情况。数据显示，在城镇私营单位中，年平均工资最高的三个行业分别为信息传输、软件和信息技术服务业。有分析指出，哪里的“码农”多，哪里的信息经济就发达，这个指标已经成为透视城市内部经济结构的直观视角。

## “码农”成高收入代名词

信息技术迅速发展的今天，“码农”几乎是高收入的代名词。数据显示，在城镇私营单位中，年平均工资最高的三个行业分别为信息传输、软件和信息技术服务业85301元，金融业76107元，科学研究和技术服务业67642元。城镇非私营单位中，则分别是信息传输、软件和信息技术服务业161352元，科学研究和技术服务业133459元，金融业131405元。

IT行业何以雄踞榜首？苏宁金融研究院高级研究员付一夫认为，信息传输、软件和信息技术服务业集技术密集、知识密集、人才密集和资本密集特征于一身，是典型的高附加值行业。无论是自有经营的互联网企业，还是售卖软件的系统集成商，都有能力从下游公司收取高额利润，因而形成了“码农”行业的高收入。

如今，随着各个行业对于计算机应用的依赖正在持续增强，在设计、建设、使用、维护和保障等各个环节，大量“码农”参与其中。北京市第四次全国经济普查结果显示，北京IT相关从业人员高达138.9万人，相当于沪深两地之和。而上海、深圳在信息传输、软件和信息技术服务业的从业人员数量都在70万人左右。广州以53.74万人位居第四，杭州相关从业人员也达到了40万人左右，紧追“北上广深”。

北京有百度、美团、滴滴、字节跳动，深圳有腾讯、华为，杭州有阿里巴巴，上海有拼多多……众多互联网巨头凭借强大的技术实力、资源整合能力和区域辐射

能力，吸引了大量“码农”。据腾讯开放平台的数据，近年全国平均每天都有1.2万家新公司注册，年增长达33.74%。专家表示，中国源源不断的新企业为“码农”提供了施展拳脚的广阔天地。

## “码农”撬动传统产业

互联网产业的兴起，极大影响中国产业经济的快速增长。软件等服务行业撬动了传统行业的生产力，在电子商务、在线旅游、企业管理等领域扮演了重要角色。今年上半年，在新冠肺炎疫情疫情影响下，以直播、短视频为代表的经济新业态迅速崛起，为实体经济“赋能”“赋值”，展现出强劲生命力。

中国互联网络信息中心（CNNIC）发布的第45次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，2020年初，在线教育、在线政务、网络支付、网络视频、网络购物、即时通信、网络音乐、搜索引擎等应用的用户规模较2018年底增长迅速，增幅均在10%以上。数字经济在促进消费、保障就业、推动复工复产等方面发挥了重要作用。

今年，成立仅5年的社交电商平台拼多多凭借千亿美元和6亿活跃用户，成为业界“领跑者”之一。业内人士指出，拼多多成功的要素之一就是通过对大数据分析，将庞大的生产信息和需求信息对接起来，降低交易成本，促进产品流通。

防疫期间，不少农户面临交通制约、信息不畅、农产品滞销的困境，“电商直播+消费扶贫”发挥了凝聚资



海南生态软件园一家企业的员工在工作。

新华社记者 郭程 摄

源的重要作用，给农户、市场、观众带来了社会生产关系的新联动。专家表示，随着5G技术普及，“高速、低延时”的供需产业链条形成，“生产端+内容端+服务端”相结合的供需体系焕发生机。

这些新业态新模式背后，离不开“码农”等技术人才的支撑。作为优化产业结构、促进传统行业转型升级的重要力量，“码农”在过程中大显身手，其作用不可小觑。

## “码农”助力各地数字经济

有人说，哪里的“码农”多，哪里的信息经济就发达，这个指标已经成为透视城市内部经济结构的直观视角。

国家信息中心发布的《大数据看数字中国的现状与未来》报告显示，中国数字经济类企业已形成五大集聚区域，人才培养体系和技术创新格局初步成形，“数字中国”发展态势稳中向好。这五大区域分别为京津地区、长三角地区、珠三角地区、成渝地区、两湖地区。付一夫认为，数字经济的区域分布大体与各地经济社会发展程度呈正相关关系，经济实力越发达的地区，数字经济

的发展越领先，越能吸引“码农”。

一段时间以来，业界存在上海互联网行业在一线城市梯队中相对落后的刻板印象。今年以来，“在线新经济”却成了上海的高频词，除了拼多多等多处在风口上的企业，小红书、喜马拉雅、叮咚买菜等在线新经济的上海互联网“后浪”们，个个逆势上扬，被市场看好。

数据显示，目前上海持证互联网企业有1966家，数量居全国第三，产值约为2890亿元，仅次于广东。尤其是在细分领域龙头众多，20家头部企业入围“中国互联网百强”，数量仅次于北京。此外，上海占据了全国40%的网络游戏市场、60%的金融信息服务市场、70%的O2O生活服务市场，具备业态最为完善的数字内容产业链。

一些互联网创业者坦言，自己的公司偏好同行扎堆的科技产业园区，一方面能精准吸引周边企业流出的人才，另一方面还可以拥有更舒适灵活的工作氛围，提高员工办公幸福感，在商务谈判时“有面子”。

专家表示，IT人才的集聚在推动技术革新的同时，催生出诸多新业态和细分的垂直领域，并与当地的资源禀赋、产业结构、人口规模及发展状况相结合，成为地域经济发展新动能、产业转型驱动力。

情感需求是主要消费动力之一

## 电商经济正改变青年消费习惯

海外网 李雪钦

中国蓬勃发展的电商经济正影响当年青年的生活方式和消费习惯。北京师范大学新闻传播学院日前发布的《新青年新消费观察研究报告》指出，19-35岁的移动互联网用户达6.5亿，青年群体已成为中国互联网消费的主力军。许多青年网购容易受社交、短视频、直播等影响，喜欢尝鲜，乐于跟好友分享商品，并通过拼团等以更低价格达成交易。

## 社交电商让购物更有趣

成都的李茜是一个两岁孩子的妈妈，她发现有很多同事购物时会主动发来拼团链接。“和同事们一起，我拼单买了奶粉、玩具、尿不湿等多种商品。”李茜说，好东西要和大家分享，渐渐地，她“货比三家”找到性价比高的商品后，也形成了和好友一起拼团的习惯。

据了解，向他人推荐产品、一起“凑满减”、共同拼单、交流体验成为不少人的乐趣，线上消费从过去的“目的性购物”逐渐向“边逛边玩、边聊边买”演变，寻找消费习惯方面“志同道合的小伙伴”，成为不少年轻人网购的必修课。

“传统电商是一个人在海量信息中做搜索，但新电商是跟好友一起做决定。”李茜在总结自己的购物体验时表示。青年网购呈现社交引导消费的特征，有着强烈的交流和分享意愿。让用户与好友分享商品并拼团享受低价的电商新模式受到年轻用户的欢迎。由于青年们习惯网购生鲜农产品，因此不少生鲜APP、团购平台推出“多个网点+多人拼团”等社交分享购物模式。

除了社交电商模式的影响，青年人购物还容易受直播的影响。“特别喜欢吃晚饭的时候看直播带货，比较解压，有的直播很有趣，还能抢到便宜的好东西，像是拼手速玩抢购游戏，买得很开心！”杭州姑娘小霞习惯了看直播带货，一开始会冲动消费，但现在看多了就变得理性，“有需要的就买，没有需要的就当看综艺节目”。

专家指出，直播带货本质上是直播导购，其最重要的就是社交属性，满足了“宅家一族”的购物信息需求和情感需求。主播们讲解示范、亲身试用、回答问题，快速让消费者了解并接受产品，而消费者可以即时互动，通过弹幕的方式与主播进行问答。在“限时限量、低价热销”的促销策略下，电商直播间中的青年有时会出现冲动消费的行为，也有部分“体验型”用户，成为直播的持续观看者，他们没有明确的购物需求，而是将带货直播作为有观看价值的陪伴型节目，长期“蹲守”等待感兴趣的商品出现。

## “打卡”营造消费新体验

据调查，不少青年在网购中注重新奇体验、追求标新立异，实用性不再是影响其消

费决策的主要因素。

淘宝数据显示，类似螺蛳粉、臭豆腐、鲱鱼罐头等怪味食物的销量逐年增长。以广西柳州的螺蛳粉为例，直播带货、吃播演绎以及社交媒体营销话题造势，使其一时“臭”名远扬。“宅家”防疫期间，试吃螺蛳粉还成了海内外众多视频博主争相“打卡”的事项。被刷屏的年轻网友，就算没吃过螺蛳粉，也好奇着想买来试试。

“螺蛳粉的独特味道让食客在第一次品尝时充满冒险精神，而冒险过后，人们最喜欢分享。”“吃货”马先生认为，螺蛳粉之所以火，是因为其自带话题性和娱乐性。根据广西柳州市商务局的最新数据，2020年上半年，柳州袋装螺蛳粉产值达到49.8亿元。

有专家认为，青年群体在感知、体验、消费商品的过程中，情感需求是其主要消费动力之一，尤其看中消费带来的心灵安慰。因此，奶茶、火锅等“小确幸”消费也成为防疫期间年轻人居家的心理补偿。

随着中国疫情防控形势持续向好，许多人“想出去走走”。数据显示，由自媒体及短视频推介的热门旅游景点吸引了更多年轻游客，其中有故事、有情怀的旅游产品往往更打动人心，所催生的“打卡经济”，正成为中国旅游市场的新增长点。

据了解，“网红打卡地”主要依靠新媒体形式，借力抖音短视频、小红书、微博等方式推广。一名“95后”姑娘说，“打卡”就是尝鲜，适合拍照、视频分享的尤其受欢迎。一些本身就很有名气的景点，例如故宫博物院，在短视频和自媒体的影响下变得更加火热。而一些以往不那么出名的景点，也因为媒体传播实现了“翻身仗”。例如成都江滩公园的“网红桥”等，吸引了年轻一代前来“打卡”。

这当中也产生了一窝蜂“打卡”及“不当打卡”现象。最近，位于青海格尔木的G315国道“U形公路”因为风景优美成为新晋“网红打卡地”，但因游客驻足拍照发生多起交通事故。近日青海文旅厅下发通知，指明该公路是交通要道，不适合作为旅游拍照点，将对违规停车拍照者予以重罚。这也提醒广大游客，在“打卡”网红地之前，应该先做好功课了解清楚，不要盲目跟风。



暑假期间，不少家长带着孩子来到贵州省兴义市贵州醉景区体验馆，通过VR游戏、模拟赛车、梦幻钢琴让孩子们体验虚拟现实技术，感知科技魅力。

刘朝富摄（人民图片）

## 互联网大咖秀



迪安·西斯瓦里尼：

## 用产品质量赢得客户的心

海外网 赵宽

XL Axiata（以下简称XL）是一家总部设在雅加达的印尼移动通信服务运营商，也是印尼第二大移动通信公司。迪安·西斯瓦里尼（Dian Siswarini）是公司的首席执行官。

迪安1991年毕业于印尼万隆理工学院的电信工程专业，1996年加入PT Excelcomindo Pratama Tbk（XL公司的前身）。十多年里，她在电信领域积累了丰富的经验。2007年开始，迪安先后担任公司的网络服务总监、首席数字服务官、市场营销与运营总监等多个关键职务。2015年，迪安成为公司的总裁兼首席执行官。

早在上世纪90年代初，迪安刚开始工作时，她还无法预见到智能手机在现今扮演的重要角色。但她意识到，当时电信行业的变化发展速度已远超其他行业，未来潜力巨大，这也是她投身电信事业的初衷。迪安尤其关注通信对普通民众生活的改变。“电信业不仅将人与人联系在一起，而且还将人与信息联系在一起，这可以彻底改变印尼社会。”迪安说，大多数印尼渔民居住在偏远的村庄，有了网络，通过手

机和应用程序，他们可以上网查看天气预报、搜索捕捞讯息等，这些信息非常有用。“印尼是世界上最大的群岛国家，向渔民提供移动通讯服务的过程并不容易，基础设施建设是最需解决的问题。”

一直以来，迪安希望自己的公司坚持产品驱动的理念，用产品质量去赢得客户的心。因此她要求员工积极了解客户的需求、倾听抱怨，以便更好地解决问题。此外，她还看重员工的学习敏锐度，并带动他们把握互联网和电信行业的发展方向，从每一次具体的工作中得到历练并有所收获。

在企业内部，迪安强调营造一个家庭般工作环境的重要性。她认为关键在于发挥团队每名成员的长处，让每个人都能感受到工作带来的幸福感。同时，迪安鼓励公司中的每个人在工作场所加强彼此的“正式关系”，但在工作之余要加强“非正式关系”。她相信，同事之间若能相互了解彼此的性格和背景，将会使整个团队更具凝聚力。

图片来源：《雅加达邮报》



人们在“网红打卡点”重庆永川恐龙3D艺术墙绘前留影。

陈仕川摄（人民图片）