

1

第1辑

REVIEW OF
SERVICE ECONOMY
AND MANAGEMENT

服务经济与管理评论

浙江省现代服务业研究中心 编

主编 徐绪卿 副主编 夏晴

◎服务产业创新

◎把服务业培育为我国的支柱产业

◎Beyond 4G时代的挑战与机会

◎日本服务业在中国的开展情况及面临的课题

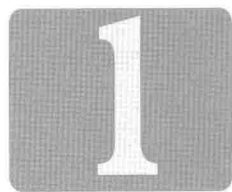
◎加快我国服务贸易发展路径与体制改革

◎上海自贸区对浙江服务业的影响

◎文化旅游及其发展方案



ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS
浙江大学出版社



第1辑

服务经济与管理评论

浙江省现代服务业研究中心 编

主编 徐绪卿 副主编 夏晴

REVIEW OF
SERVICE ECONOMY
AND MANAGEMENT



ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS
浙江大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

服务经济与管理评论. 第1辑 / 徐绪卿主编; 浙江省现代服务业研究中心编. —杭州: 浙江大学出版社, 2015. 9

ISBN 978-7-308-14899-3

I. ①服… II. ①徐…②浙… III. ①服务业—经济发展—亚洲—文集 IV. ①F719-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 165235 号

服务经济与管理评论(第1辑)

徐绪卿 主编

责任编辑 吴伟伟 weiweiwu@zju.edu.cn

责任校对 陈慧慧

封面设计 木 夕

出版发行 浙江大学出版社

(杭州市天目山路148号 邮政编码310007)

(网址: <http://www.zjupress.com>)

排 版 浙江时代出版服务有限公司

印 刷 杭州日报报业集团盛元印务有限公司

开 本 787mm×1092mm 1/16

印 张 14.25

彩 插 2

字 数 312千

版 印 次 2015年9月第1版 2015年9月第1次印刷

书 号 ISBN 978-7-308-14899-3

定 价 48.00元

版权所有 翻印必究 印装差错 负责调换

浙江大学出版社发行部联系方式 (0571)88925591; <http://zjdxbs.tmall.com>



第四届现代服务业发展论坛“亚洲服务业：发展与创新”由浙江树人大学浙江省现代服务业研究中心主办，于2014年11月7日在杭州举行。论坛得到了中国商务出版社、《国际贸易》杂志社、浙江省社会科学界联合会的大力支持。



浙江树人大学校长徐绪卿教授致辞



浙江省社科联科研管理处副处长吴凤钢致辞



论坛以“亚洲服务业：发展与创新”为主题，致力于探讨亚洲区域服务经济发展战略、亚洲区域经济合作视域下中国服务业开放和亚洲各地服务业行业创新发展等问题。



韩国忠北大学金相郁教授



中国社科院财经战略研究院副院长夏杰长研究员



中国台湾正修科技大学副校长郑舜仁教授



日本神户大学黄磷教授



中国社科院对外经贸国际金融研究中心于立新研究员

韩国顺天乡大学郑炳熊教授

为总结本次论坛成果，分享学术智慧，主办方将嘉宾演讲专题和优秀征文结集成《服务经济与管理评论（第1辑）》，由浙江大学出版社正式出版。



浙江树人大学副校长陈新民教授主持开幕式



浙江树人大学现代服务业学院院长夏晴教授主持主论坛



第一届现代服务业发展论坛



第二届现代服务业发展论坛



第三届现代服务业发展论坛

前 言

国际金融危机以来,亚洲各国一直面临着较为严峻的外部环境,而健康发展的服务业是亚洲经济特别是亚洲发展中国家经济保持增长的关键所在,服务业对亚洲未来经济增长至关重要。近年来,亚洲各国的服务业发展迅速,对促进亚洲经济发展起到了积极作用,但同时服务业发展效率、内部结构、制度保障、基础设施等方面仍存在较多问题。

2014年11月7日,由浙江树人大学浙江省现代服务业研究中心共同主办的“第四届现代服务业发展论坛”在杭州举行。本次论坛得到了中国商务出版社、《国际贸易》杂志社、浙江省社会科学界联合会的大力支持,吸引了来自日本、韩国、中国等地服务经济与管理领域的60余名专家、学者。论坛围绕“亚洲服务业:发展与创新”主题,对亚洲区域服务经济发展战略、亚洲区域经济合作视域下我国服务业开放发展、亚洲各地服务业行业创新发展等问题开展了广泛而深入的讨论,并形成了重要的学术成果。

配合本次论坛开展的征文活动,选题涉及亚洲服务业、服务贸易发展现状,亚洲区域间服务业、服务贸易合作,自由贸易区建设与服务业、服务贸易发展,亚洲各地金融、商贸、物流、法律、旅游、电子商务、健康养老等服务业发展经验比较,亚洲各地服务业企业创新发展,亚洲服务业商业模式创新发展等领域,论文数量和质量均比往届有大幅提高。这些最新理论研究成果的结集,促成了《服务经济与管理评论》(第1辑)的出版。第一部分的文章系根据嘉宾现场演讲整理而成,编录后仅供参考,第二部分为论坛的23篇优秀论文,希望该书的出版能对我国服务经济理论研究与实践具有借鉴意义。

本书在出版过程中,得到了各相关部门的积极配合与支持,在此一并表示感谢。由于编者水平有限,错误和疏漏在所难免,恳请各位读者批评指正。

编 者

2015年1月

目 录

第一部分 主题演讲

服务产业创新·····	金相郁(3)
把服务业培育为我国的支柱产业·····	夏杰长(4)
Beyond 4G 时代的挑战与机会·····	郑舜仁(5)
日本服务业在中国的开展情况及面临的课题·····	黄 磷(6)
加快我国服务贸易发展路径与体制机制改革·····	于立新(7)
上海自贸区对浙江服务业的影响·····	邬关荣(10)
文化旅游及其发展方案·····	郑炳雄(12)

第二部分 优秀论文

中国服务业发展的空间集聚效应研究	
——基于 31 省(区、市)的空间统计分析·····	龚 静 尹忠明(15)
长江经济带服务业全要素生产率的实证研究·····	吴传清 董 旭(25)
北京生活性服务业发展模式的中外比较分析·····	唐少清 姜鹏飞 睦雅婷(36)
现代服务业引导浙江省经济转型升级·····	王跃华(46)
商业银行供应链金融服务风险的影响因素研究·····	姜淑珍 闫怡瑾(52)
区域金融服务体系运行效率研究:以浙江为例·····	吴婵君 黄玉英(64)
基于 DEA 方法的中小企业信贷前景分析	
——以浙江制造业为例·····	余舫笛 吴婵君(74)
腐败与税收增长:非德模型的分析视角·····	刘孝斌(82)
基于协同机理分析的产业集群隐含效应研究·····	余克艰 黄玉英 姜慧华(94)
开放式物流服务平台机制与建议·····	黄秋波 Rukmal Weerasinghe(106)
浙江省台州市第三方中小型物流企业资源整合模式研究·····	郭瑞伟(115)

江西智慧旅游产业现状与发展趋势探讨	
——以江西龙虎山景区为例	左振华 徐慧茗(121)
转型期温泉旅游决策和消费行为特征研究	
——基于浙江武义温泉旅游度假区的调研	潘雅芳(129)
都市旅游产品公共属性研究	
——以杭州为例	王 玲(141)
让老年人老有所乐	
——浅论老年人银发旅游发展	唐小茜(148)
积极构建医养结合模式,有效推动养老服务业发展	王一婷(152)
生产性服务进口贸易对制造业服务化影响效应研究	
——基于非竞争性投入占用产出模型的比较分析	杨 玲(159)
中日韩服务贸易互补性及贸易潜力分析	杨 莉(175)
中日服务贸易竞争力分解与比较研究	
——基于恒定市场份额和波特竞争优势理论的分析	
..... 张 龙 盛彬彬 王春秋 张 鑫	(184)
中国东盟服务贸易竞争力及服务业开放度关系研究	厉英珍(194)
环境技术产品贸易自由化的作用及中国的路径分析	
——以中美环境技术产品贸易为例	许 蔚(202)
21 世纪以来 APEC 区域服务贸易发展变化	俞灵燕(207)
上海自贸区发展路径选择	边 叶(216)

第一部分 主题演讲

服务产业创新

金相郁

(韩国忠北大学管理信息学院教授)

每个经济部门都不是独立存在的,第一产业、第二产业、第三产业之间的关系是动态的,可以相互增强。其中服务业能极大地帮助农业和制造业增值,这使得服务业在经济中扮演的角色也是动态的。

在服务经济时代,企业需要从产品主导逻辑向服务主导逻辑转变,并不断地进行服务创新。企业资源可以分为对象性资源(operand resources)和操作性资源(operant resources)。对象性资源主要指有形资源、自然资源等,通常是静态和具有惰性的。以对象性资源为核心要素的情况下,企业行为主要表现为:组织被视为为了进行商品交易的制造商;顾客通常被看作是一种对象性资源,这一资源可被分割、渗透或是通过营销、促销手段获取;资产被定义为能给企业带来经济利益的有形资源;传统的交易被认为是实现利润最大化的方法。操作性资源主要包括知识和技能,通常是无形的,但又是动态的、富有活力的。以操作性资源为核心要素的情况下,企业行为表现出:组织被视为价值创造者;顾客被看作是一种操作性资源,可以参与生产提供;资产被看作是价值传递的工具而不是价值的容器;合作和理解被认为是创造价值的方法。因此在服务主导逻辑下,以知识和技能为代表的操作性资源就成为最核心的要素。

在充分理解对象性资源和操作性资源内涵的基础上,对“资源化”概念进行挖掘具有重要意义。被定义为资源化的价值创造活动,必须具备三个基本要素,即资源创造、资源整合和阻力消除。对比服务和服务化可以发现,价值并不是由服务本身所创造,而是通过服务化过程产生,因为对顾客体验的关注能够驱动服务创新。比较价格和价值主张观念可以发现,顾客而非企业才是价值的真正创造者。在传统的价格观念下,企业被视为价值创造者并进一步传递给顾客。然而,在价值主张观念主导下,我们必须强调,顾客并不仅仅是购买者和价值消耗者,同时也是价值创造的资源整合者。总之,服务业可以通过创造资源、整合资源、关注顾客体验,并将其从供应链视角转向网络组织视角,从而驱动服务创新,构建服务业创新路径。

把服务业培育为我国的支柱产业

夏杰长

(中国社会科学院财经战略研究院副院长、研究员)

目前,服务业成为我国支柱产业的条件已经基本具备,主要体现在以下六个方面:一是全国工业化进程尽管不尽平衡,但总体处在中后期阶段,在这个阶段服务业越来越重要,甚至可能处于主导、支柱地位;二是城镇化进程快速推进,农民市民化和传统农业产业转型(比如在一产土地做出三产文章),极大地带动了服务业发展;三是市场化改革趋势以及制度环境的不断完善,极大地释放了服务业生产力,激发了服务创新;四是城乡居民收入水平提高,为服务消费快速扩张带来了市场和机遇;五是服务要素的跨境流动愈来愈频繁,中国正成为服务要素跨境流动的主要目的国,中国服务业正成为外资进入的“热土”;六是产业政策和政府行为也有利于我国服务业大发展。

从现实发展来看,服务业正在成为中国经济的支柱产业。首先,服务业已经成为我国第一大产业,2013年我国服务业增加值为262204亿元,占GDP比重达到46.1%,首次超过第二产业。其次,服务业是吸纳劳动就业的主力军,2011年中国第三产业首次超过第一产业,成为中国的就业主渠道。再次,我国吸引外资以制造业为主的格局向以服务业为主转变,2012年服务业利用外资首次超过制造业,现代服务业日益成为对外开放的新热点。此外,服务贸易规模迅速扩大,贸易结构进一步优化,服务贸易地位日益提高。

虽然服务业发展已占据主导地位,但服务业短板依然突出,主要表现在服务业劳动生产率偏低、非制造业商务活动指数下降、非制造业从业人员指数下降等方面。服务业发展道路任重而道远,需要从以下方面培育和巩固服务业支柱产业的地位:第一,积极有序地推进城镇化,推动城镇化和服务业互动发展;第二,加强落后地区生产性服务业投资,提高发达地区现代服务业的辐射力;第三,促进生产性服务业和制造业融合互动发展;第四,打造一批服务业集聚区或功能区;第五,培养服务业创新团队;第六,推动生产性服务业对外开放。此外,需要指出的是,在货币财富边际效用递减的同时,人们对幸福、全面发展、人文关怀的追求比财富追求更为重要,人文关怀服务业是满足人类的情感、心理方面的需求,比如婚恋服务业、心理服务业,因此当前发展人文关怀服务业是一种新的趋势。

Beyond 4G 时代的挑战与机会

郑舜仁

(中国台湾正修科技大学副校长、教授)

随着智慧手持装置平价化、移动网络基础建设完善,全球移动上网服务普及率正快速上升。移动上网服务的普及带来三大挑战:一是营收方面,移动语音服务营收持续下滑,移动数据服务营收追不上流量成长速度;二是成本方面,移动通信运营商面临服务营收与 CAPEX(capital expenditures)年成长率不一致;三是频谱方面,LTE(long term evolution)网络建置所使用的频谱仍呈现分散状态,此外由于 LTE 网络所使用的频段较高,使得信号穿透力不足,部分地区常发生信号不佳的问题。

观察电信运营商和各地政府在 4G 时代的布局,主要可归纳出四大发展重点,分别为:服务模式的改变、提供稳健高速的移动上网环境、多样化 4G 手持装置、提早布局 5G 服务情境。如 Verizon Wireless 以提升覆盖率和完整终端装置行销 LTE 服务,并通过以量计价模式使无线服务营收逐季成长;NTT DoCoMo 以满足用户使用体验为布局重点持续推出吃到饱服务;KDDI 则延续移动上网吃到饱服务,通过 App 套餐缔造营收佳绩;Softbank 正走向 FDD/TD-LTE 双模网络,把 Small Cell 作为下一步建置重点;Sprint 利用 Clearwire 的 TD-LTE 加强 FDD LTE 网络;中国移动已做好 TD-LTE 商用服务准备,而中国电信、中国联通将朝 FDD/TD-LTE 融合网络发展。

5G 是先进国家未来社会发展与产业竞争的核心,因此各国各地区都在加紧布局 5G 服务情境。如作为韩国 5G 研发平台的 5G Forum,以联结政府、国际研究机构及国家研发计划为主,让国家研发技术与政府能与国际研究机构或组织直接联结合作;英国 Ofcom 锁定 2018 年提供无所不在的移动数据;中国移动 5G 服务重点为 Green、Soft;国际电信联盟(ITU)于 2013 年 7 月在北海道工作会议中提出针对 5G 的技术与可能商业模式并进行讨论,ITU 工作小组将于 2015 年初形成 5G 架构与愿景文件。总体来看,5G 服务情境的发展方向表现为:提高网络、频谱效率,降低耗能,降低成本,无所不在,重视使用者体验的服务。

日本服务业在中国的开展情况及面临的课题

黄 磷

(日本神户大学亚洲学术综合研究中心中国事务所副所长、教授)

日本对华投资的整体趋势与变化表现为:日本企业已将中国市场由原来的生产基地转为内销基地。日本企业在服务行业或以服务为重点展开中国市场。近几年,日本对华直接投资的实际投入金额整体处于历史高水平,2012年达到历史最高峰。从行业来看,日本对华直接投资中最大的投资是批发和零售业,然后是金融保险业,对企业的服务业即专业性服务业是对华投资的一个重点领域。日本贸易振兴机构(JETRO)对日资企业的问卷调查结果显示:日资企业对华商务战略主要采取扩展战略,其主要原因在于营业额的增加以及中国市场巨大的潜力。如制造业中的汽车行业、家用游戏机、食品行业、日本大型的B2B及B2C等电子行业企业等都非常积极地开拓中国市场,不仅将中国作为生产基地,同时也将积极转战内销作为战略转变的方向。服务业中的零售业(超市、24小时便利店、服装零售)、外食产业、汽车维修业、看护业以及物流业等都计划在中国增加店铺数或扩大店铺规模。

日资大型零售连锁店、服装零售业和餐饮业等服务企业在中国市场中的规模不断壮大:大型零售连锁店方面,以伊藤洋华堂为例,近年来在华销售额不断增长,与欧美企业相比,其更重效率,店铺数不多但单店营业额较高,产品种类的设置也根据中国市场不断进行调整。在服装零售方面,JETRO2013年对中国七大主要城市的调查结果表明,百货商店及商城仍然是服装购买的主渠道,仍占70%以上,但网络渠道的占比也在快速提高,已超过50%,对传统百货商品带来了一定的冲击。在日本的餐饮零售业方面,饮食外部化率逐年提高,由1975年的28.4%提高到2012年的44.1%,外食市场规模由1975年的85773亿日元提高到2012年的232386亿日元。

从服务供应链理论来看,服务业要统合产业链上所有的供应商,与消费者进行互动。日本企业在服务行业或者以服务为重点在华经营所面临的最大问题是员工工资上涨、当地人能力及意识的薄弱。日资企业开拓中国市场需要做好以下五个方面工作:目标明确(TARGET);营业地点的选择(TENANT);注重培训中国工作人员(TEACHING);全面质量管理(TQC);认识日本与中国的“速度”差(TEMPO)。

加快我国服务贸易发展路径与体制机制改革

于立新

(中国社会科学院对外经贸国际金融研究中心主任、研究员)

一、我国服务贸易发展现状与趋势

近年来中国服务贸易在总量规模上有所提高,但是服务贸易逆差不断扩大。其中新兴服务领域的发展较快,处于顺差状态,而在服务贸易结构中占据主导地位的传统服务领域,处于逆差状态,造成了服务贸易总体逆差的持续增长。

中国工业化现阶段的质量水平决定了中国服务贸易的发展必须以生产性服务业为主要着力点。通过体制机制的改革优化中国服务贸易结构,有助于解决长期存在且不断扩大的服务贸易逆差难题。

二、市场机制对我国服务贸易发展的启示

(1)中小企业与民间资本的有效对接,优化服务贸易结构。浙江省众多中小服务贸易企业通过与民间资本有效的对接,促进了其在服务贸易领域,特别是在国际服务外包领域的出口。民间资本作为国家金融体系的有机组成部分,应该通过合法的方式,借助市场的“无形之手”实现资金的有效配置,推动中国“金融民主化”和“普惠金融”的进程。

(2)利用港澳区位优势,大力发展服务贸易。广东省地理位置毗邻港澳,具有发展服务贸易的巨大优势。目前,广东省提出并通过了《推动率先实现粤港澳服务贸易自由化行动计划》,在此框架下进一步创造便利条件使港澳服务业向广东内陆区域转移,鼓励企业承接国际服务外包业务,最终建立以广深为中心,辐射珠三角的服务外包发展基地。

三、服务贸易持续逆差状态,国际竞争力亟待增强

我国新兴服务贸易呈现稳步增长的趋势,成为服务贸易结构调整的重要推动力,但是传统服务领域依然占据总额和逆差的主导地位。不断攀升的服务贸易逆差说明我国