



浙江省哲学社会科学重点研究基地

浙江省信息化与经济社会发展研究中心

The Research center of information technology & economic and social development

技术联盟管理论丛

信息技术与都市区 商务服务业空间分布

——基于IT能力的视角

武健 钱昇/著



科学出版社

技术联盟管理论丛

信息技术与都市区商务服务业空间分布 ——基于 IT 能力的视角

武健 钱昇/著

浙江省哲学社会科学重点研究基地

“浙江省信息化与经济社会发展研究中心”

浙江省高校人文社科重点研究基地

杭州电子科技大学“管理科学与工程”

浙江省自然科学基金青年项目：

“两化”技术融合的模式、路径与作用研究

浙江两化融合联合基金

“电子商务驱动的产业集群转型与竞争力提升研究”

资助出版

科学出版社

北京

内 容 简 介

在我国城市广泛推进信息化和服务经济的背景下,本书研究信息技术发展对都市区商务服务业空间分布的影响,探求信息技术影响下,商务服务业在都市内空间分布出现的新趋势和新特点,为我国现阶段城市信息化和服务经济发展提供一定的理论探索和经验借鉴。

本书适合区域经济学、城市经济学、产业经济学相关领域的学者、研究人员或学生,以及对区域经济、城市经济、服务经济发展感兴趣的一般读者参考阅读。

图书在版编目(CIP)数据

信息技术与都市区商务服务业空间分布:基于IT能力的视角/武健,钱昇著. —北京:科学出版社,2015

(技术联盟管理论丛)

ISBN 978-7-03-045649-6

I. ①信… II. ①武… ②钱… III. ①信息技术-影响-城市-服务业-产业结构-研究 IV. ①F719

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第215485号

责任编辑:魏如萍/责任校对:贾娜娜
责任印制:霍兵/封面设计:无极书装

科学出版社出版

北京东黄城根北街16号

邮政编码:100717

http://www.sciencep.com

北京通州皇家印刷厂印刷

科学出版社发行 各地新华书店经销

*

2016年3月第一版 开本:720×1000 1/16

2016年3月第一次印刷 印张:9

字数:186 000

定价:56.00元

(如有印装质量问题,我社负责调换)

前 言

信息技术 (information technology, IT) 革命推动了全球经济从工业型经济向服务型经济的转变, 服务业在经济结构中的比重越来越大, 作用越来越重要。生产性服务业, 尤其是商务服务业的发展, 是城市提升能级、提高影响力和控制力的有效途径。IT 的广泛应用突破了传统的地理障碍, 改变了地理空间格局, 营造了新的空间逻辑。随着 IT 能力的不断提升, 地理格局在发生变化的同时, 产业的空间分布模式也会随之发生变化。当前, 在我国城市广泛推进信息化和服务经济的背景下, 研究 IT 能力对商务服务业空间分布的影响, 对我国现阶段城市的发展有一定的理论和现实意义。

目前商务服务业空间分布的研究还未系统化、条理化, 需对其空间分布模式、分布特征作进一步探讨。本书分析了 IT 对经济空间的重构, 以及 IT 对企业空间分布的影响。总结影响商务服务业空间分布的 IT 因素, 将之归纳为信息源、信息流和信息基础设施三方面。本书认为目前研究 IT 对企业空间分布的影响的主要着眼点局限于信息基础设施, 视角比较狭窄, 缺乏对 IT 能力如何影响商务服务业空间分布的研究。基于此, 本书从城市和街区两个层面, 考察信息源的信息集聚能力、信息流的信息辐射能力和信息基础设施的信息通达性对商务服务业空间分布的影响。

首先, 基于新经济地理学、信息腹地理论、集聚理论等相关理论, 分析三种 IT 能力影响商务服务业空间分布的机理。在引入影响商务服务业空间分布的其他区位因素 (经济区位、本地市场、区位通达性、知识溢出、产业链和政府) 的基础上构建 IT 能力影响商务服务业空间分布的理论模型。模型研究信息集聚能力、信息辐射能力和信息通达性三种 IT 能力对商务服务业空间分布的影响。

其次, 从城市和街区两个层面考察信息集聚能力对商务服务业空间分布的影响。在相关研究成果的基础上对信息集聚能力进行界定。城市层面, 以信息服务业从业人员衡量信息集聚能力, 对我国城市的信息集聚能力进行描绘; 对我国城市商务服务业空间分布进行描绘, 考察空间分布特征; 通过地理联系率的测算发现, 商务服务业倾向于集聚在信息集聚能力较强的地区。街区层面, 以上海市街区为空间单元, 采用街区内的信息服务企业数量对街区的信息集聚能力进行测度; 对上海市商务服务业样本进行地理属性统计, 考察商务服务业在街区层面分布的微观特征; 采用街区的信息服务企业数量和商务服务企业数量数据, 检验街区商

务服务业与信息服务业的地理联系率；通过负二项分布回归，实证检验信息集聚能力对商务服务业空间分布的影响，并考察信息集聚能力对不同类型商务服务业空间分布的影响的差异性。

再次，从城市和街区两个层面考察信息辐射能力对商务服务业空间分布的影响。基于流空间理论等对信息流的研究成果，界定信息辐射能力，总结信息辐射能力测算方法。城市层面采用超链接分析法刻画我国城市的信息辐射能力，分析基于信息辐射能力的中国城市等级体系，并实证分析城市信息辐射能力对商务服务业空间分布的影响。街区层面，采用超链接分析法对上海市街区的信息辐射能力进行测度；采用负二项分布模型，实证考量街区信息辐射能力对商务服务业空间分布的影响，并考察信息辐射能力对不同类型商务服务业空间分布的影响的差异性。

最后，从城市和街区两个层面考察信息通达性对商务服务业空间分布的影响。在信息区位研究文献的基础上对信息通达性进行界定，总结信息通达性的主要研究视角。城市层面，从我国互联网拓扑结构角度考量城市区位通达性，实证检验城市信息通达性对商务服务业空间分布的影响。街区层面，从城域网结构和街区信息基础设施建设两方面，对上海市街区的信息通达性进行评价；采用负二项分布模型，实证检验街区信息通达性对商务服务业空间分布的影响，并考察信息通达性对不同类型商务服务业空间分布的影响的差异性。

综上，本书对信息辐射能力、信息通达性、信息集聚能力三种 IT 能力影响商务服务业空间分布的机理进行分析，引入影响商务服务业空间分布的其他区位要素，构建 IT 能力影响商务服务业空间分布的理论模型。分别从城市和街区层面，实证考察信息辐射能力、信息通达性、信息集聚能力三种 IT 能力对商务服务业空间分布的影响。实证研究发现 IT 能力会强化商务服务业在空间分布上的集聚，这也驳斥了部分学者坚持的 IT 的发展会导致“距离的消亡”和“集聚经济的终结”的观点。但三种 IT 能力对不同类型商务服务业的影响有所不同。从企业所有制结构看，个体私营类商务服务企业空间分布倾向于在信息辐射能力和信息集聚能力优势地区集聚，而国有外资类对信息通达性的要求较高。从企业业务类型看，管理咨询类商务服务企业空间分布有较强的信息集聚能力指向性，广告设计类趋向于接近信息辐射能力优势地区，而信息通达性对中介代理类的影响最大。从企业规模看，信息辐射能力和信息集聚能力对小型商务服务企业空间分布的影响最大，大型企业对信息通达性的要求较高。

武健 钱昇

2015年9月10日

目 录

第 1 章 概述	1
1.1 商务服务业的概念和特征	1
1.2 商务服务业的分类	2
1.3 商务服务业空间分布特征	3
1.3.1 宏观视角	3
1.3.2 中观视角	4
1.3.3 微观视角	5
第 2 章 商务服务业与现代都市发展	7
2.1 国际商务服务业发展趋势	7
2.1.1 与制造业相互融合趋势明显	7
2.1.2 企业趋向规模化	8
2.1.3 向大城市集中趋势	8
2.1.4 国际转移速度加快	9
2.2 商务服务业在都市中的作用	10
2.2.1 提升都市能级,完善高端服务功能	10
2.2.2 促进专业化分工,提高资源配置效率	12
2.2.3 提高劳动生产率,促进区域经济发展	13
2.2.4 优化经济产业结构,推动经济增长方式转变	13
2.2.5 发挥乘数效应,增强城市辐射能力	15
2.3 我国都市商务服务业发展现状、特点及问题	16
2.3.1 我国商务服务业发展现状	16
2.3.2 我国商务服务业特点	17
2.3.3 我国商务服务业存在的问题	17
第 3 章 IT 与商务服务业空间分布	19
3.1 IT 对经济空间的影响	19
3.1.1 IT 与信息空间	19
3.1.2 IT 对经济空间的重构	19
3.2 IT 对企业空间分布的影响研究	22
3.2.1 IT 与企业空间分散	22
3.2.2 IT 与企业空间集聚	23

3.2.3 折中观点	23
3.3 IT 能力的界定	24
3.3.1 信息源的信息集聚能力	25
3.3.2 信息流的信息辐射能力	26
3.3.3 信息基础设施的信息通达性	27
第 4 章 信息时代商务服务业空间分布的影响因素	30
4.1 影响商务服务业空间分布的 IT 因素	30
4.1.1 信息源	31
4.1.2 信息流	31
4.1.3 信息基础设施	32
4.2 影响商务服务业空间分布的传统因素	33
4.2.1 经济水平	33
4.2.2 本地市场	34
4.2.3 区位通达性	36
4.2.4 知识溢出	36
4.2.5 产业链	37
4.2.6 政府区位	38
4.3 IT 能力视角下商务服务业空间分布	39
4.3.1 IT 与商务服务业模式变化	39
4.3.2 IT 与商务服务业空间分布的新问题	44
4.3.3 IT 能力影响商务服务业空间分布的理论模型	46
第 5 章 IT 能力对商务服务业空间分布的影响机理	49
5.1 信息集聚能力的影响机理	49
5.1.1 信息源的信息集聚功能	49
5.1.2 经济空间的集聚与信息空间的集聚的差异	50
5.1.3 信息集聚能力与企业空间分布	50
5.2 信息辐射能力的影响机理	51
5.2.1 信息流的信息空间辐射功能	51
5.2.2 信息流产生信息腹地	52
5.2.3 信息辐射能力与企业分布	52
5.3 信息通达性的影响机理	53
5.3.1 信息基础设施的信息通达性	53
5.3.2 信息通达性降低通信成本	53
5.3.3 信息通达性与企业空间分布	60

第 6 章 信息集聚能力与商务服务业空间分布	62
6.1 信息是企业的重要无形资产	62
6.2 商务服务业倾向信息集聚能力较强的区位	62
6.3 信息集聚能力影响城市间商务服务业空间分布	65
6.3.1 城市信息集聚能力测度	65
6.3.2 城市层面的商务服务业空间分布	66
6.3.3 实证检验及分析	68
6.4 信息集聚能力影响城市内商务服务业空间分布	71
6.4.1 街区信息集聚能力测度	71
6.4.2 街区层面的商务服务业空间分布	73
6.4.3 实证检验及分析	80
6.5 实证结果讨论	86
第 7 章 信息辐射能力与商务服务业空间分布	87
7.1 信息辐射能力决定了全球城市等级	87
7.2 商务服务业倾向于集聚在信息流较强的大城市	87
7.3 信息辐射能力与城市间商务服务业空间分布	89
7.3.1 城市信息辐射能力的测度	89
7.3.2 城市信息辐射能力的分布特征	90
7.3.3 实证检验及分析	91
7.4 信息辐射能力与城市内商务服务业空间分布	93
7.4.1 街区信息辐射能力的测度	93
7.4.2 街区信息辐射能力的分布特征	94
7.4.3 实证检验与分析	95
7.5 实证结果讨论	97
第 8 章 信息通达性与商务服务业空间分布	99
8.1 光纤网络与群岛经济	99
8.2 信息通达性重构了城市空间位势	99
8.3 信息通达性与城市间商务服务业空间分布	101
8.3.1 城市信息通达性的评价	101
8.3.2 实证结果及分析	102
8.4 信息通达性与城市内商务服务业空间分布	104
8.4.1 街区信息通达性的评价	104
8.4.2 实证结果及分析	106
8.5 实证结果讨论	109

第 9 章 结论与展望	110
9.1 结论	110
9.2 不足与展望	112
参考文献	113
附录	125
附录 A 《2010 上海市基准地价修正体系》办公用地价格	125
附录 B 《2010 上海市综合客运交通枢纽布局规划》综合客运交通枢纽 分类	127
附录 C 东方社区信息苑名录	128
附录 D 上海市开发区名录	131
附录 E 上海市高校名录	133
附录 F 中国互联网拓扑结构	134

第 1 章 概 述

1.1 商务服务业的概念和特征

理论研究对商务服务业的定义还不统一，通常列举出商务服务业所包含的具体行业类型。世界贸易组织（World Trade Organization, WTO）中的商务服务业，又称“商业服务业”，是与 WTO 关于服务贸易 12 大类分类中的商业性服务相对应的一类服务产业。商务服务作为其中的一个大类，主要指在商业活动中涉及的服务交换活动，既包括个人消费的服务，也包括企业和政府消费的服务。

在《国民经济和社会发展第十一个五年规划纲要》中，商务服务业包括：法律服务、经济鉴证服务、专业化的工业设计、会展服务、投资与资产管理服务、咨询服务、广告业。

Drejer（2002）认为商务服务专门解决企业在生产、组织和管理活动中的各种问题和各项任务的一系列活动，包括法律和技术服务、管理服务、市场服务、金融服务等。WTO 中的商务服务业主要指在商业活动中涉及的服务交换活动，既包括个人消费的服务，也包括企业和政府消费的服务。

魏江等（2007a）从服务生产方式维度出发，将知识密集型服务业分为金融业、信息与通信服务业、科技服务业和商务服务业四类。

Sundbo（1998）根据服务生产的标准化程度，将服务企业的生产方式分为“标准化”、“模块化”和“定制化”生产方式。

总体上看服务生产方式的标准化程度与其客户互动程度是并行的，商务服务业是知识密集型服务业中定制化程度最高的，同时也具有非常高的客户互动水平。商务服务业通常有以下几方面的特征。

（1）高知识性。商务服务业主要由具有专业特长和经验的人员组成，雇员中接受过高等教育或相应培训的比例通常较高。他们通过运用自身掌握的各类专业知识和经验，结合客户所面临的特定问题，创造性地构思出问题解决方案，满足客户的特定需求。商务服务企业的竞争力与知识型员工的个人知识和技能密不可分。从知识创新过程看，商务服务业提供的服务产品是知识密集型的，包含了大量的隐性知识，这些知识来源于它们与客户间的持续的知识互动过程（Antonelli, 1999）。

(2) 高定制化。商务服务业是知识密集型服务业中定制化程度最高的行业之一。商务服务业是高度顾客导向型的服务业, 管理咨询、法律咨询、广告、会计咨询等都是针对不同客户具体情况提供定制化服务, 服务提供商必须根据客户个性化、差异化的需求, 为其提供高度个性化的知识定制服务和专业知识设计, 服务过程中涉及大量的专门化创新。

(3) 高互动性。强互动性是知识密集型服务业的最主要特征之一 (Muller et al., 2001)。商务服务业作为定制化程度最高的一类知识密集型服务业, 需要根据不同客户的差异化需求为其量身定制个性服务方案, 服务过程中服务企业与客户之间必然需要保持频繁的信息沟通 (李红, 2005), 由此服务企业才能够更清晰地理解客户的需求, 为客户提供满意度更高的服务方案。

(4) 高创新性。商务服务业具备高创新性特点, 在创新过程中扮演着推动者、传播者和发起者等多重角色 (Miles et al., 1995)。在为客户提供服务的同时, 商务服务业自身必须不断创新, 吸收新知识, 学习新技术, 创造出适合技术和生产发展新要求的知识应用模式, 推动客户的创新和发展。魏江等 (2007b) 对知识密集型服务业的创新调查结果表明, 商务服务业中发生创新的企业比例达 76%, 这一比例远远高于制造业和服务业的平均水平, 反映出这类服务业的高创新性。

基于以上对商务服务业特征的分析, 本书借鉴 Drejer (2002) 对商务服务业的定义, 认为商务服务是专门解决企业在生产、组织和管理活动中的各种问题和各项任务的一系列活动, 包括法律和技术服务、管理服务、市场服务、金融服务等。

1.2 商务服务业的分类

在相关研究中对商务服务业类型的划分, 通常使用列举法列举出商务服务业所包含的具体行业类型。

WTO 将商务服务业具体细分为: 专业性 (包括咨询) 服务、计算机及相关服务、研究与开发服务、不动产服务、设备租赁服务、展览管理等其他服务。

李善同等 (2002) 认为, 商务服务包括营销、广告与公关服务, 建筑、科学与工程服务, 法律服务, 会计服务, 计算机软件与信息处理服务, 研发与技术服务, 经营组织服务, 人力资源发展服务。

浙江树人大学课题组 (2007) 将商务服务业分为以下三类: ①专业服务, 包括会计审计、税务、法律、广告策划、公证鉴定等; ②咨询服务, 包括管理

咨询、人力资源信息、技术咨询、预测分析等；③中介服务，包括房产中介、职业中介、各类代理、经纪商等。

我国国家标准《国民经济行业分类及代码》(GB/T4754—2002)认为商务服务业包括：企业管理服务(企业管理机构、投资与资产管理、其他企业管理服务)、法律服务(律师及相关的法律服务、公证服务、其他法律服务)、咨询与调查(会计、审计及税务服务、市场调查、社会经济咨询、其他专业咨询)、广告业、知识产权服务、职业中介服务、市场管理、旅行社、其他商务服务(会议及展览服务、包装服务、保安服务、办公服务、其他未列明的商务服务)。

本书根据研究需要(将在第4章论述)，从不同维度对商务服务业进行划分。根据企业不同的所有制结构类型，将商务服务业分为国有外资类、集体联营类和个体私营类；根据企业不同的业务类型，将商务服务业分为管理咨询类(包括企业管理、认证、法律、咨询、投融资、注册、培训、检测、保险、方案等)、广告设计类(包括广告、设计、会展、宣传、形象、包装等)和中介代理类(包括品牌、劳务、翻译、猎头、旅游、租赁、外包等)；根据企业规模大小，将商务服务业分为小型(注册资本在10万元以下，包括10万元)、中型(注册资本在10万~100万元，包括100万元)和大型企业(注册资本在100万元以上)。

1.3 商务服务业空间分布特征

学者对商务服务业空间分布的研究主要从宏观、中观和微观三个层面展开。宏观层面关注的是商务服务业在一个国家内的分布特征，中观层面研究的焦点集中在“去中心化”的议题上，包括“去中心化”的原因、生产性服务业在中心外围区域的分布特征等。对商务服务业微观区位的研究比较少，主要集中在对不同商务服务业区位差异性的考察上。

1.3.1 宏观视角

从宏观层面，Bennett等(1999)的研究表明，商务服务业在英国的分布表现出高度不均衡性，主要集中在为数不多的几个中心城区内，其不均衡程度要高于其他产业；商业服务企业较其他商业企业具有更强的聚集趋势；商业中心级别越高，公司则越区域化、集群化。Sassen(2001)从企业功能视角研究

包括商务服务业在内的高端生产性服务业在全球空间内的分布,对纽约、东京、伦敦的生产性服务业的集聚特征做了实证分析,认为在全球化背景下,生产性服务业,特别是金融、会计、广告、咨询等高等级的生产性服务业,会高度集聚在为数不多的几个全球城市内。她认为全球化所导致的经济活动分散化使得强化中心控制与管理功能的必要性大大增加,由此,承担中心控制功能的高级生产性服务业高度集聚于全球性城市之内。但 Sassen 的研究立足于全球城市的功能,即研究对象仅仅是高级生产性服务业中的大型跨国公司的分布,对于一般性生产性服务业整体分布尚未给出较严格的理论和实证分析。Pandit 等(2002)通过对英国广播产业和金融产业的比较分析,认为两类产业的集聚与增长有显著的相关效应;集聚竞争优势源自地理毗邻,某一集聚区企业增长率往往要高于平均企业增长率,这又会诱使新企业进入。O'Donoghue 等(2004)运用标准化区位熵指数对英国商务服务业的空间分布情况进行研究,发现商务服务业主要集聚在英国东南部地区。

从宏观层面的研究结论看,相对于其他部门,商务服务业的空间分布高度不均衡,具有更明显的集聚度;且区位特征较为明显,大都市往往成为商务服务业高度集中的地区。

1.3.2 中观视角

中观视角的讨论主要集中在商务服务业“去中心化”的议题上,关注焦点集中在“去中心化”的原因、生产性服务业在中心外围区域的分布特征等。大多数研究表明“去中心化”的趋势已经发生,只是程度有所不同。Coffey 等(1996, 2002)对加拿大蒙特利尔的研究,以及 Aguilera(2003)对法国里昂的研究都认为生产性服务业存在“去中心化”现象,认为“去中心化”的主要原因是信息技术的发展和土地成本的提高使得中央商务区(central business district, CBD)或中心城区对生产性服务企业不再具有吸引力。Sam Ock Park 等(1998)、Myung-jin 等(2002)的研究则表明,首尔的“去中心化”趋势表现为另一种形式,即传统 CBD 地位出现了一定程度的下降,但新兴的生产性服务业并未向郊区转移,而是在毗邻 CBD 的另外两个区域出现显著增长,从而在中心城区内部形成了多中心结构。

部分研究表明,“去中心化”存在行业和部门的结构性特征,部分行业和职能部门更倾向于位于郊区,另一部分则不然。Searle(1998)对悉尼、Coffey 等(1996, 2002)对蒙特利尔、Boiteux-Orain 等(2004)对巴黎的研究均表明,

不同行业和部门的“去中心化”程度不同,以金融、法律为代表的高级服务业并未实质性地离开 CBD,即使是离开也大多是流向了中心城区;“去中心化”趋势在低级生产性服务业中表现得较明显。Shearmur 等(2002)考察了巴黎都市区 17 个高层次服务业的布局模式,发现高层次服务业的布局模式比较复杂,每个部门集聚模式不同,且每个部门都体现了分散和集中相结合的方式。服务业分布情况与市场、部门结构、部门属性相关联。例如,咨询行业中(管理、工程、计算机服务、广告)大的全球咨询公司趋向于定位在中心,而小的咨询公司趋向于分散。他们认为高度扩散是一种新的工作模式,特别受信息技术的影响。Baro 等(1993)分析巴塞罗那都市区商务服务业区位策略,发现商务服务业有中心化趋势,尤其是最有创新性和战略性的、客户和供应商之间有高度合作需求的服务业,认为决定服务业区位的因素有:可达性,包括资金、客户和信息的可达性;利用卫星城市的经济资源,包括基础设施、公共服务,与其他公司的合作机会;接近于充分多样化的劳动力市场。

从中观视角的“去中心化”议题研究成果可以看出,“去中心化”是有相对性的,不同行业呈现出不同的“去中心化”趋势,对高等级服务业来说,“去中心化”趋势并不明显;对同一个行业的不同部门,“去中心化”趋势也有所不同,取决于部门属性。

1.3.3 微观视角

20 世纪 80 年代后国外开始出现关于商务服务微区位的研究,90 年代以来有逐步增加的趋势。Bodenman (2004)研究了 1983~2003 年费城都市区投资咨询业的组织结构和地理空间,发现虽然这期间该产业有极大增长,但是在传统 CBD 却有相对下降,有着向周边扩散的趋势,但是依然保持邻近 CBD 的特征。这一发现在 Hong (2007)对上海外资服务业定位模式的研究中得到了印证,他发现外资服务业更倾向于选址在拥有便利交通、良好基础设施条件及市场需求的中心商务区。Breandan 等(2007)通过生产服务机构规模和离中央商务区距离的关系模型实证发现,虽然菲尼克斯中央商务区有密集的法律和会计服务集聚,但建筑和工程服务集群主要发生在距离市中心 3~6 千米的环路上。证券、法律、会计、建筑和工程、计算机系统、管理咨询、广告等服务机构的规模与其离中央商务区的距离呈显著的负相关。信用中介、专业设计、就业服务和商务支持服务机构的规模与距离中央商务区的远近没有显著关系。这和企业规模大小、与次级中心的距离有关。然而,不同生产服务部门对中央商务区

外部和土地需求的敏感度是不同的：法律服务、会计和计算机服务商务支持服务的就业率最高，机构也最集中；信用中介和证券服务集聚度较小，表明它们较少依赖中央商务区生产率扩张的外部性，科学研究的工作和设施集聚度最小。这一点与 Gong 等（2002）的研究结论相符，说明该部门熟练的专业人士并不依赖于 CBD 的外部性。

从微观层面的商务服务业空间分布研究可以看出，由于地租敏感性、企业规模等原因，商务服务业内部不同子行业的区位特征不同。

第2章 商务服务业与现代都市发展

2.1 国际商务服务业发展趋势

2.1.1 与制造业相互融合趋势明显

随着大规模生产日渐普遍,单纯制造环节已不能产生更多的附加值,只有将更多的服务融入生产过程才能获得竞争上的优势,推动服务业与制造业之间的相互渗透与融合。在这一融合过程中,许多传统的制造业企业开始向商务服务业领域转型,甚至放弃或外包制造活动,专注于战略管理、研究开发、市场营销等商务活动。例如,原来以生产计算机闻名的 IBM 公司现在已经转型为包括 IT 咨询等服务在内的 IT 服务企业。

制造业服务化一方面表现为制造业的投入产出呈现服务化趋势。研究表明,目前服务中间投入占制造企业中间投入成本的比重达到 70%左右,对生产性服务的有效需求近 70%来自第二产业,其中研发、金融、租赁和商务服务、邮政等行业的中间需求较高。2010 年以来,发达国家生产性服务业占全部服务业的比重普遍在 60%~70%,生产性服务业占国内生产总值(gross domestic product, GDP)的比重在 43%左右。另一方面表现为制造企业经营呈现服务化趋势。在工业品的附加值构成中,制造加工环节占比越来越低,而研发、设计、物流等服务占比越来越高。许多跨国公司制造商的主营业务、业务增值、管理模式、赢利来源均以服务为主,有两成跨国制造企业的服务收入超过总收入的 50%,成为名副其实的服务企业。

服务业制造化倾向主要体现在:一方面,服务业加强向制造业的渗透。从生产性服务业的增长反映出金融、物流、研发等服务部门,以制造业为主要市场,为制造业服务不断增加。另一方面,服务企业产业链逐步向制造业延伸。在价值链上处于主导地位的服务企业,凭借其技术、管理、销售渠道等优势,通过贴牌生产、连锁经营等方式嵌入制造企业共同为消费者提供服务。由于一些服务企业在价值链高端掌握了核心技术、核心业务,如研发企业拥有自己的发明专利、设计机构拥有自主创新设计、物流公司拥有自己的网络等,这些企业为了寻求全产业链价值链的增值,利用自身在产业链高端的控制力,建立起自己的制造工厂。

制造业服务化与服务业制造化相向发展,使得产业价值链重构为一条既包含制造业价值链增值环节,又包含服务业价值链增值环节的融合型产业价值链,与原有单纯的服务业价值链和制造业价值链相比,具有更广阔的利润空间和增长潜力,在产业层次上表现出明显的结构升级效应。

2.1.2 企业趋向规模化

生产性服务业是世界经济中增长幅度最快的行业。目前,生产性服务业已成为许多西方发达国家的支柱产业。产业结构中有两个 70% 的现象,即服务业占 GDP 的 70%,生产性服务业占服务业的 70%。生产性服务作为商品生产的中间投入,对整个生产过程发挥着联结功能,包括上游(如可行性研究、风险投资、产品设计、市场研究等)、中游(如质量控制、会计、人事管理、法律、保险等)和下游(如广告、物流、销售、人员培训等)的各项活动,贯穿于社会再生产的各个环节之中,其本身形成了完整的产业链。

为应对日趋激烈的竞争态势,商务服务企业通过并购、重组、联盟等方式来增强实力,表现出规模化经营的趋势。例如,全球四大会计师事务所之一“普华永道”是由英国的普华和永道两家事务所于 1998 年合并组建的;安永咨询于 2000 年被法国凯捷集团并购;WPP 并购了智威汤逊、奥美、扬雅等著名的广告公司发展成为全球第二大广告公司。

2.1.3 向大城市集中趋势

逐利的天性是现代服务业集聚的根本动力。产业集群的动力源泉,归根到底,是企业为寻求自身的生存环境所形成的结盟。同样,现代服务业的集群化发展也是现代服务业追求利益最大化天性的一种外在表现。但是,与传统制造业不同的是,现代服务业是以满足选择最大化为目标,而不是以追求成本最低为目标,即满足消费者需求比追求生产成本最低更为重要。现代服务业的这种天性使得其企业越来越向它的大客户群靠拢,即产生一种向心力,推动现代服务业向集群化方向发展。那么选择中央商务区作为集聚区域的首要因素就是该区域能给现代服务业带来最大的利润。

商业发展是现代服务业集群化发展的基础。现代服务业的发展一般以商业的发展和繁荣为基础。在集聚效应的作用下,城市中心区凭借其他地区无法比拟的可达性和区位优势,成为以零售业为主,集办公、文化娱乐、政治活动等