

中/国/服/务/经/济/研/究/丛/书

陈 宪:主编

服务的 微观经济分析

A MICROECONOMIC ANALYSIS OF
SERVICES

韩太祥 著



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

中/国/服/务/经/济/研/究/丛/书

陈 宪:主编

服务的微观经济分析

A MICROECONOMIC ANALYSIS OF
SERVICES



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

服务的微观经济分析/韩太祥著. —北京: 经济管理出版社, 2010. 2

ISBN 978—7—5096—0911—8

I. ①服… II. ①韩… III. ①服务经济学: 微观经济学—研究 IV. ①F063.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 031562 号

出版发行: 经济管理出版社

北京市海淀区北蜂窝8号中雅大厦11层

电话: (010) 51915602 邮编: 100038

印刷: 世界知识印刷厂

经销: 新华书店

组稿编辑: 张 艳

责任编辑: 杜 菲

技术编辑: 黄 铄

责任校对: 郭 佳

720mm×1000mm/16

9.5 印张 132 千字

2010 年 2 月第 1 版

2010 年 2 月第 1 次印刷

定价: 29.00 元

书号: ISBN 978—7—5096—0911—8

· 版权所有 翻印必究 ·

凡购本社图书, 如有印装错误, 由本社读者服务部

负责调换。联系地址: 北京阜外月坛北小街 2 号

电话: (010) 68022974 邮编: 100836

丛书前言

《中国服务经济研究》丛书，是教育部哲学社会科学研究重大课题攻关项目“中国现代服务经济理论与发展战略研究”（06JZD0018）的主要成果之一。课题的最终成果——《中国现代服务经济理论与发展战略研究报告》，就是在这套丛书的基础上形成的。可以说，提交评审的“研究报告”是这套丛书的“浓缩版”。

这套丛书包括四本书：《服务的微观经济分析》、《服务经济的兴起与中国的战略选择》、《中国服务产业研究》、《开放服务经济与中国的实践》。这四本书的整体架构和每本书的具体内容都充分考虑了该课题申报时设计的八个子课题的要求。这八个子课题分别是：子课题一，“现代服务经济理论的研究现状，重大问题与发展趋势”；子课题二，“现代服务经济理论：价值、供求和产业组织”；子课题三，“现代服务经济理论：结构优化与经济增长”；子课题四，“服务创新，知识服务业发展与创新型国家建设”；子课题五，“新型工业化中的生产者服务业”；子课题六，“小康社会中的消费者服务业”；子课题七，“公共服务提供与服务经济发展研究”；子课题八，“开放经济条件下的服务贸易与服务经济直接投资”。

子课题一、四的内容和子课题三的部分内容主要是《服务经济的兴起与中国的战略选择》；子课题二的内容和子课题三的部分内容主要是《服务的微观经济分析》；子课题五、六、七的内容主要是《中国服务产业研究》；子课题八的内容主要是《开放服务经济与中国的实践》。

这四本书分别由课题组的主要成员担纲完成。我作为该课题的首席专家，提出了丛书的总体设计，并审读了全部书稿。

在课题申报时,就考虑出版一套丛书,作为课题的研究成果。尽管现在如愿出版了,但是,限于我们的研究水准,这套丛书的质量还不能令人满意。我们期待着来自该领域的同行们的批评指正。

陈 宪
2009 年 11 月 8 日

目 录

1 服务经济:经验和理论	1
1.1 服务经济的形成	1
1.2 服务经济发展的经验规律	15
1.3 服务经济的理论简史	22
2 服务需求	37
2.1 消费者服务需求行为	37
2.2 生产者服务需求行为	51
2.3 服务需求的时间和决策过程	58
3 服务供给	65
3.1 概述	65
3.2 服务厂商的短期供给	71
3.3 服务厂商的长期供给行为	83
3.4 服务供给的生产率	98
4 服务均衡价格	111
4.1 服务价值论	111
4.2 服务厂商定价策略	125
参考文献	143

1 服务经济：经验和理论

1.1 服务经济的形成

1.1.1 服务是无形的经济物品

广义而言，如果一种物品、要素或资源的使用为相关主体带来不同形式的效用，就可以说它提供了一种服务，如房屋为居住者提供了居住服务、机床为操作者提供加工服务、微波炉为家庭成员提供了饮食服务，等等。但通常只把劳动要素的某种特殊使用过程提供的效用称为“服务”，如医生看病过程、银行职员提供业务过程、咨询人员提供的专业信息、超市员工提供的购物场所和环境，等等，本书正是在这种意义上使用“服务”这一概念的。^① 值得注意的是，无论何种情况，服务总是与效用密切相关的。

商品和服务都是给使用者带来效用的，它们的提供均需耗费经济资源，所以，服务交易的市场价格同样决定于供求双方的行为。经济学以稀缺性为出发点分析资源的有效配置和利用，稀缺性反映在市场交易中就是价格高低，具有正价格的物品称为“经济物品”；具有零价格的物品称为“自由物品”；具有负价格的物品称为“负商品”或“厌恶品”，如垃圾、风险等。这里的物品既包括有形的商

^① IMF 定义的服务贸易中有“要素服务贸易”，它指劳动、资本等各类生产要素在国外取得的收入，所以，如果把服务仅与劳动要素相联系似乎有点狭隘，但不会影响本书对理论分析的结论。

品，也包括无形的服务，从这个意义上，我们把服务定义为无形的经济物品。

服务的无形性是指不能直接通过人的感官把握其数量和质量。由此带来相关的其他特性，主要有服务的不可储存性、服务生产和消费的不可分离性。

服务的交易是在提供或消费当时实现的，而且是以活动过程的方式实现。通常给服务购买者节约时间和带来方便，如家政服务人员帮助雇主节约了做家务的时间，中介和咨询机构给客户提供相关信息，使其方便使用；或空间便利，如超市给顾客提供了一种空间；或心理感受，如餐厅、影院等给顾客带来心情的放松和愉悦。对购买者而言，以节约时间和带来方便、空间便利、心理感受为内容的服务均是无形的，消费之前不存在能感知的形态。

当然，对服务无形性的理解也不能绝对化。现实中，所有商品的制造和销售均是在服务的推进下完成的，购买一辆轿车的同时，也购买了相关的咨询、融资、销售、维修等各种服务；同样，任何一项服务的提供，也都需要有形物品的支持，走进餐厅购买的是烹饪和招待服务，但它是与提供的食品结合在一起的。因此，有人提出商品和服务可以看做是沿着一个从有形主导到无形主导的连续性序列。^①

服务是一种活动过程，过程结束就意味着服务的完成，也标志着服务效用的实现，如果再次需要该种服务，必须重复这种活动过程，而不可能把一次活动过程储存和积累起来以供以后使用。值得注意的是，服务的结果可能会持续存在并发挥作用，但这与服务作为活动过程的不可储存性并不矛盾，如医生提供的医疗服务使病人今后长期受益，教师服务使学生掌握的知识可以长期享用，但诊断和授课活动过程是无法储存的。

服务生产和消费的不可分离性意味着消费者必须参与服务过程，

^① W. Sasser, R. Olsen & D. Wyckoff, Management of Service Operations: Text, Cases, and Reading, Boston, Allyn and Bacon, 1978.

并且服务的数量和质量均与消费者的行为和感受密切相关。没有学生的参与以及服务活动过程中教师与学生的互动，教育服务无法实现，而且教育服务的质量不仅取决于教师的努力，也取决于学生的努力。当然随着通信、信息技术的发展，服务交易中的双方可以通过不同形式实现互动，但不可分离性没有改变，如教师通过电视手段进行远程教学，医生也可以通过网络给不同地点的病人诊断，银行可以通过电话、网络为客户提供金融服务，但消费者的同时参与始终是服务活动过程得以完成的必要条件。

作为经济物品的服务包括两部分：一部分是家庭、企业、非营利组织、政府等单位自我提供的服务，不通过市场交易实现效用，^①理论和统计均不包括这些非市场交易的“服务”；另一部分是通过市场为生产提供便利，对产品进行分配，或为个人、家庭提供效用，这些市场化的服务活动是理论研究的对象，也是衡量一国经济服务化水平的依据。经济服务化水平提高的过程就是随着社会分工和专业化深化，原来的自我服务逐步转变为从市场购买。

1.1.2 服务活动是生产者 and 消费者共同参与的过程

贝利把服务定义为“一个行动、一次表演、一项努力”。^②把服务看做表演是对服务活动的形象化比喻，即把服务（传递）活动想象为一个剧本表演，服务提供者就是演员，服务购买者就是观众。

顾客参与是服务活动的显著特征，如在自助餐厅里顾客的自我服务，在美容院、旅馆、医院和学校里服务接受方与提供者的合作。在服务活动中，顾客通常是产品的一部分，因为他们决定着服务的实现和质量。

商品生产过程不依赖于需求方的参与，可以根据大小、组成、材料等对商品属性进行确切的描述。但服务不能在购买之前被清晰地展示出来，需要联系购买者相关的各个方面确定服务的

① 企业的自我服务会通过它提供到市场的最终商品或服务得以体现。

② L. Berry, Services Marketing is Different, Business, May-June, 1980.

内容和质量，以航空运输为例，运输企业提供的服务包括预订机票、到达机场、找到登机口、换登机牌、登机、飞行过程、离开目的地机场等。根据服务活动过程界定的一整套服务称为“服务包”，^① 服务包中有些服务是主导的，属于核心服务；有些是次要的，属于辅助性服务。服务购买者对服务包的体验和评价决定于两个因素：一是服务包是否包括了他们期望的所有因素——核心服务和辅助性服务；二是每一个因素是否满足他们的期望，且其标准和质量等级的情况如何。

服务活动中的消费者参与，导致服务质量直接决定于消费者的主观认知。企业提供的服务包中许多项均达到或超过顾客期望值，但只有极少项甚至一项未达到期望值，也弥补不了一项未达到顾客期望值的因素，因为对顾客来说，总是注意那些未达到期望值的因素，容易忽略达到或超过期望的部分。并且，评价一项服务时，消费者会联系自己的购买习惯，而每个消费者的购买习惯差别很大，所以，服务的主观差异性远大于商品。

1. 1. 3 服务业是市场化服务活动的单位集合

如前所述，经济中的服务（活动）包括自我服务和市场交易服务两类。家庭自我服务如做饭、洗衣、养育子女、家庭保健等，通常不计算市场价值；企业的自我服务如运输、会计、保管、销售服务等，则按费用支出计入其最终产品的市场价值。

任何企业经济活动均包括生产（制造）和服务活动两部分，但通常依据经营的主营业务类型，把企业归为农业企业、工业企业和服务企业，相应的同类企业集合构成农业部门、工业部门和服务业部门。由于农业部门的劳动对象主要是土地，即直接从自然界获取产品，采掘部门也具有相似特征，故将它们合称为第一次产业；工业部门则以第一次产业产品作为劳动对象，进行不同深度加工，与具有类似特征的建筑业、电力、煤气、供水等，构

^① R. 诺曼：《服务管理》，范秀成等译，中国人民大学出版社，2006年。

成第二次产业；不属于第一、二次产业的所有企业均归入第三次产业，虽然三次产业分类和部门分类的角度有所不同，^① 但把服务业等同于第三次产业不会影响本书的分析结果。

市场化服务活动是由独立单位专业化提供的时间、空间、方式或心理效用。家政服务企业、幼儿园帮助服务购买者节约了时间；商场、仓储企业为服务购买者提供了便利的空间；咨询、中介企业提供的信息给服务购买者提供决策依据，可以看做提供了一种方式；歌厅、影院使服务消费者获得心理放松和满足。

相对于其他部门，服务业具有相当的复杂性，既表现在服务提供单位包括规模各异的企业、非营利性机构和政府部门，也表现为服务业内部庞杂的业务类型（见表 1—1）。此外，还表现为服务业统计规模与服务活动实际规模的差异。因为许多被统计为农业、制造业和采掘业的企业，均包含一个隐性的服务部门，它们提供大量内部服务，如招聘、法律服务、财务管理、货物运输、客户服务等，（见专栏 1）。

服务业的统计分类取决于不同国家和地区的统计制度。^② 作为我国国家标准的《国民经济行业分类》，于 1984 年发布实施，经过 1994 年和 2002 年的两次修订，形成了《国民经济行业分类》（GB/T4754—2002），与联合国向各国推荐的《全部经济活动的国际标准产业分类》（ISIC/Rev. 3）保持相同的分类原则和分类体系。此外，具有代表性的统计分类体系还有美国、加拿大和墨西哥于 1997 年联合制定的《北美产业分类体系》（NAICS—97），以及日本的行业分类标准。微小的差别在于第二次产业的供电、煤气、供水和第一次产业的服务活动是否归入服务业，日本分类标准把供电、煤气、供水归入服务业，我国 2002 年分类标准把农、林、牧、渔服务业归入第一次产业。

理论研究的分类虽然要考虑数据的可获得性和可比较性，但并

① 李琪：《现代服务学导论》，机械工业出版社，2008 年。

② 刘荣明：《现代服务业统计指标体系及调查方法研究》，上海交通大学出版社，2006 年。

不受统计分类的硬性约束，不同研究者通常根据各自的目的采取不同分类。比较常用的分类是从服务需求角度，将服务业分为四类：生产者服务，主要包括银行、金融、保险、房地产、建筑服务、工程服务、信息传输、软件、会计与法律服务等；分配性服务，主要包括交通、仓储、通信、批发零售等；社会服务，主要包括医疗、教育、福利与宗教服务、邮政服务、其他政府服务等；个人服务，主要包括家政服务、维修服务、旅馆、餐饮、娱乐等。^①

“现代服务业”是我国政策文件中的概念，之后出现了相关的统计研究。大致分为三类：一是改造提升后的传统服务业，包括金融业、房地产业、物流和客运、商业、社会服务业；二是新兴的行业，包括信息服务业、技术服务业、研发设计业、租赁和商务服务业；三是第一、二产业中的某些服务业。^②

服务业统计是为了反映行业的总体发展水平和结构状况，其数据基础是企业，但确定一家企业的产业归属时可能存在问题。如上海汽车集团无疑属于制造业，但是它的营业收入有相当一部分来自服务，其他制造企业也有同样的情况，统计时将它们归入制造业，无疑会低估服务业的实际水平。因此，以市场化服务活动单位的集合定义服务业时，需要考虑企业的行业归属标准。^③

表 1—1 服务业业务类型和单位类型

业务类型	单位类型
交通运输、仓储和邮政业	
铁路运输业	企业
道路运输业	企业
城市公共交通业	企业
水上运输业	企业

① 或者从功能角度分为基础服务业、贸易服务业、商务服务业、公共服务业、个人服务业等，或者以要素密集度为依据分为劳动密集型、知识密集型、资本密集型服务业等。

② 刘荣明：《现代服务业统计指标体系及调查方法研究》，上海交通大学出版社，2006 年。

③ 当然，理论上可以考虑以业务活动进行分类统计，形成服务业产值数据，但这在技术上存在相当困难，经济上的投入也大。

1 服务经济：经验和理论

续表

业务类型	单位类型
航空运输业	企业
管道运输业	企业
装卸搬运和其他运输服务业	企业
仓储业	企业
邮政业	政府或企业
信息传输、计算机服务和软件业	
电信和其他信息传输服务业	企业
计算机服务业	企业
软件业	企业
批发和零售业	
批发业	企业
零售业	企业
住宿和餐饮业	
住宿业	企业
餐饮业	企业
金融业	
银行业	企业和政府
证券业	企业和政府
保险业	企业和政府
其他金融活动	企业和政府
房地产业	
房地产业	企业
租赁和商务服务业	
租赁业	企业
商务服务业	企业
科学研究、技术服务和地质勘查业	
研究与试验发展	企业或政府或非营利机构
专业技术服务业	企业或政府或非营利机构
科技交流和推广服务业	企业或政府或非营利机构
地质勘查业	企业或政府或非营利机构
水利、环境和公共设施管理业	
水利管理业	企业或政府或非营利机构
环境管理业	企业或政府或非营利机构
公共设施管理业	企业或政府或非营利机构
居民服务和其他服务业	
居民服务业	企业

续表

业务类型	单位类型
其他服务业	企业
教育	
教育	企业或政府或非营利机构
卫生、社会保障和社会福利业	
卫生	企业或非营利机构
社会保障业	企业或非营利机构
社会福利业	企业或非营利机构
文化、体育和娱乐业	
新闻出版业	企业或政府或非营利机构
广播、电视、电影和音像业	企业或政府或非营利机构
文化艺术业	企业或政府或非营利机构
体育	企业或非营利机构
娱乐业	企业或非营利机构
公共管理和社会组织	
中国共产党机关	政府
国家机构	政府
人民政协和民主党派	政府
群众团体、社会团体和宗教组织	政府
基层群众自治组织	政府
国际组织	
国际组织	政府

资料来源：根据《国民经济行业分类（GB/T 4754—2002）》整理。

专栏 1 服务与客户服务

市场化服务活动既包括服务类企业如中国电信、中国工商银行提供的服务，也包括制造企业如海尔、上海汽车集团向客户提供的相关服务，虽然这些服务的收费计入企业销售收入，但并没有统计为服务业增加值。

客户服务是由包括农业、工业、服务部门的各类企业所提供，但这类服务是为支持企业的核心产品而提供的。客户服务通常包括回答咨询、接受订单、单据事务处理、投诉处理以及上门服务等，可以在现场进行，也可以通过电话或互联网进行，所有达到一定规模的企业均有客户服务中心，许多企业的客户服务电话 24 小时有人接听。这类服务不收费，通常是作为建立客户关系的因素，不过提供客户服务的费用必然进入相关企业的经营费用，并通过营业收入加以补偿，作为非服务部门的客户服务费用补偿将不会统计为服务业增加值。

随着信息技术和互联网技术的发展，企业的客户服务可以由专业分包商更有效率地提供，所以，有些企业倾向于把这种服务外包给专业服务商，这时，客户服务就成为市场化服务活动，并被统计为服务业增加值。

1.1.4 服务经济是服务业主导的一种经济形态

1968年，V. 富克斯在《服务经济学》中宣称：“美国现在正在经济发展方面开创一个新时期。在第二次世界大战结束以后，这个国家已成为世界上第一个‘服务经济’国家，即第一个一半以上就业人口不从事食物、衣服、房屋、汽车和其他实物生产的国家。”^① 20世纪70年代以来，美国服务业比重上升的趋势仍在继续（见图1-1）。

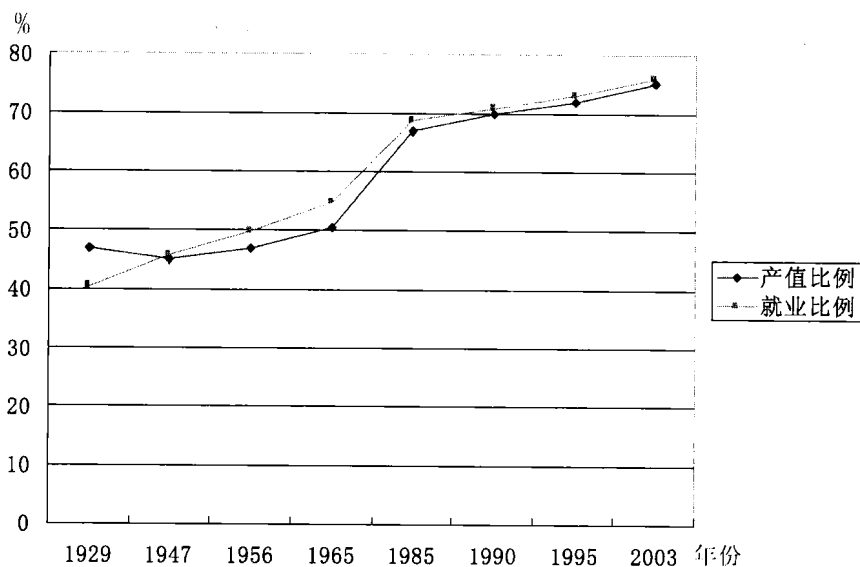


图 1-1 美国服务业比重的动态

注：图中 2003 年就业比例数据是 2002 年的。

资料来源：根据相关数据绘制。

^① 富克斯：《服务经济学》，许微云等译，商务印书馆，1987年。

与美国情况相同,所有发达国家均呈现出服务业比重的提高趋势,图 1-2 显示了经合组织国家从 20 世纪 60 年代至世纪末的情况,服务业增加值占 GDP 的比重由 1960 年的 52.6% 提高到 2004 年的 72.6%;服务业就业占总就业的比重由 1960 年的 43.1% 提高到 1995 年的 64.6%。服务业上升趋势在落后国家经济发展过程中同样出现,中低收入国家服务业增加值占 GDP 比重由 1980 年的 42% 提高到 1998 年的 52%。^① 我国台湾地区作为新型工业化地区,其服务业变动趋势则大致代表了“二战”后经济体成功起飞的情况(见图 1-3)。同时,依据不同国家的横截面数据,可以发现,服务业比重与经济发展水平也大致呈正相关关系(见图 1-4),并且,从图 1-4 中也可以发现,如果按照富克斯服务业达到 50% 就是服务社会的标准,从世界经济的范围来看,也可以说现代经济形态是服务经济。^②

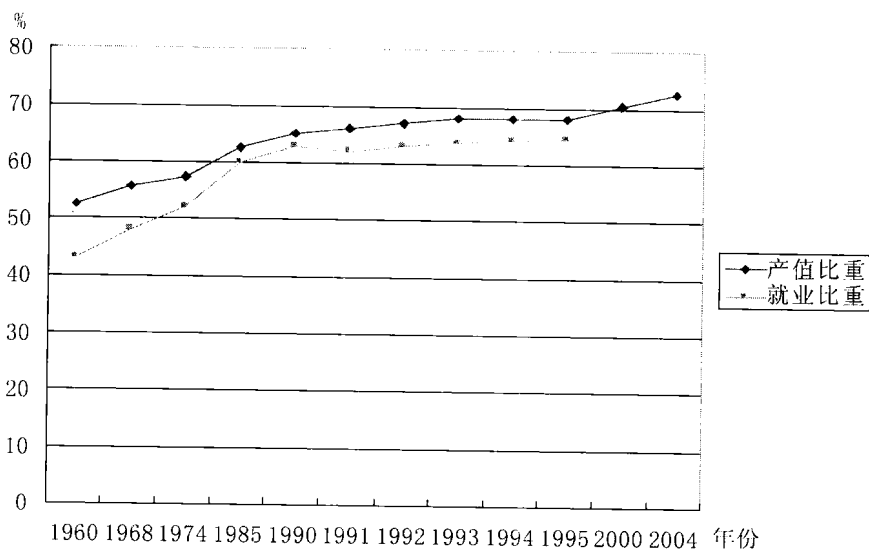


图 1-2 经合组织国家总体平均的服务业比重动态

资料来源:根据相关数据绘制。

① 世界银行:《2000 年世界发展指标》,中国财政经济出版社,2000 年。

② 当然,正如黄少军(2000)指出的,不能仅看一国经济中服务业的比重,更要考虑服务业的内容,以知识化和信息化为基础的服务比重过半才是名副其实的服务经济,而将传统服务业比重过半的经济称为服务经济可能较为勉强。

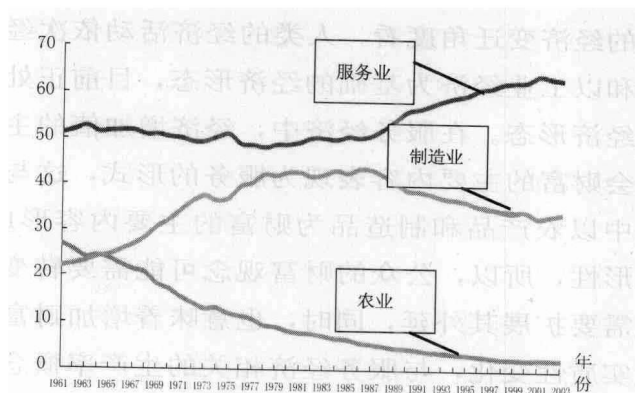


图 1-3a 中国台湾地区 GDP 的产业结构 (1961~2003)

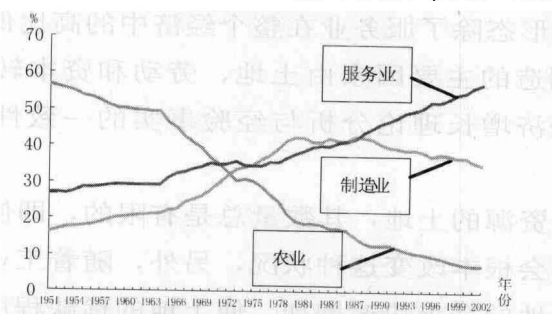


图 1-3b 中国台湾地区就业结构 (1961~2003)

资料来源：管中闵：《服务的 SMILE 和 FAME》，《远见》2004 年总第 220 期。

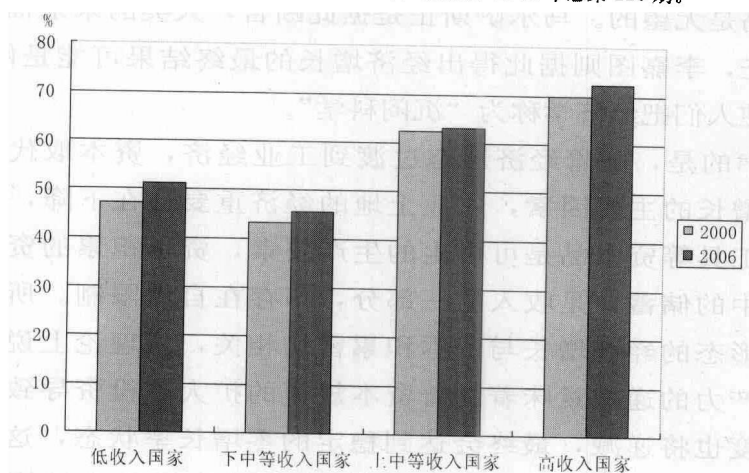


图 1-4 不同收入水平国家服务业占 GDP 比重

注：高收入国家 2006 年是 2005 年的数据。

资料来源：根据中国国家统计局 (<http://www.stats.vov.cn>) 数据绘制。