



黄繁华 洪银兴 等著

制造业基地 发展现代服务业的路径

黄繁华 洪银兴 等著

制造业基地 发展现代服务业的路径



南京大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

制造业基地发展现代服务业的路径 / 黄繁华, 洪银兴等著. —南京: 南京大学出版社, 2010. 12

ISBN 978 - 7 - 305 - 07882 - 8

I. ①制… II. ①黄…②洪… III. ①服务业—经济发展—研究—江苏省 IV. ①F719

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 235355 号

出版者 南京大学出版社
社 址 南京市汉口路 22 号 邮 编 210093
网 址 <http://www.NjupCo.com>
出版人 左 健

书 名 制造业基地发展现代服务业的路径
著 者 黄繁华、洪银兴等
责任编辑 王其平 编辑热线 025 - 83596923

照 排 南京紫藤制版印务中心
印 刷 常州市武进第三印刷厂
开 本 787×960 1/16 印张 17.5 字数 307 千
版 次 2010 年 12 月第 1 版 2010 年 12 月第 1 次印刷
ISBN 978 - 7 - 305 - 07882 - 8
定 价 35.00 元

发行热线 025 - 83594756
电子邮箱 Press@NjupCo.com
Sales@NjupCo.com(市场部)

-
- * 版权所有, 侵权必究
 - * 凡购买南大版图书, 如有印装质量问题, 请与所购图书销售部门联系调换

目 录

第一章 总论	1
一、制造业基地发展现代服务业的必要性和可能性	1
二、制造业基地发展现代服务业的产业选择	4
三、发展现代服务业的国际化战略	6
四、发展现代服务业的城市现代化战略	8
第二章 制造业基地服务业:江苏的实证分析	11
一、引言	11
二、经济增长与结构演变	12
三、服务业发展的比较研究	20
四、影响因素的计量分析	28
五、发展的途径和对策	32
第三章 生产性服务业与制造业的互动发展	37
一、生产性服务业的功能和发展	37
二、生产性服务业支撑制造业的机理	40
三、江苏的经验分析	45
四、对策与建议	47
第四章 服务业国际转移与江苏现代服务业	52
一、当前服务业国际转移特点和趋势	52
二、江苏服务业国际转移现状与特点	58
三、开放条件下江苏发展现代服务业的条件	63
四、对策与建议	67

第五章 城市化与现代服务业发展	72
一、问题的提出	72
二、文献回顾	73
三、经济全球化与江苏城市化	75
四、江苏服务业发展与城市化	82
五、长三角视角的江苏现代服务业发展	89
六、主要结论	93
第六章 服务业发展水平的评估和测定	96
一、引言	96
二、系统评价指标的建立	98
三、基于国内不同省市层面的分析	100
四、基于江苏省内不同省辖市层面的分析	105
第七章 服务外包:生产性服务业增长新模式	110
一、生产性服务业经营方式:从内部化到外部化	110
二、国际服务外包的兴起和特征	114
三、我国服务外包的实践	117
四、江苏服务外包的现状和特点	120
五、江苏服务外包的发展对策	124
第八章 江苏金融业发展研究	129
一、金融业的地位和作用	129
二、江苏金融业的现状和特点	130
三、江苏金融业的比较研究	139
四、江苏金融业症结:金融抑制与结构的失衡	144
五、江苏金融业的发展对策	159
第九章 现代物流业功能和江苏发展对策	169
一、引言	169
二、现代物流业的作用与特征	171
三、江苏现代物流业发展现状和特点	179

四、江苏现代物流业发展对策	183
第十章 江苏软件和电子商务业的发展	188
一、软件和电子商务业的内涵和功能	188
二、江苏软件业:现状、比较分析和对策	190
三、江苏电子商务业:现状、挑战和发展策略	205
第十一章 江苏传媒业发展对策分析	215
一、江苏传媒业发展的现状	215
二、江苏传媒产业发展的比较	219
三、加快江苏传媒产业发展的策略	223
第十二章 创意服务业:江苏新兴智慧性产业	226
一、创意产业的内涵、特征和战略地位	226
二、国外创意产业发展现状和特点	232
三、我国创意产业的现状	238
四、江苏创意产业特征和案例分析	244
五、江苏创意产业的发展条件和对策	250
第十三章 推动制造业升级的江苏科技服务业发展研究	257
一、科技服务业的特征和发展规律	257
二、江苏科技服务业发展的现状	261
三、江苏科技服务业发展的优势及障碍	266
四、江苏科技服务业发展的基本对策	270
后记	275

第一章

总 论

经济的发展不仅是经济总量的增加,而且还应有产业结构的调整和提升,其重要的表现是服务业占国内生产总值(GDP)比重的增加和农业、工业所占比重的下降。根据诺贝尔经济学奖得主斯蒂格里茨2002年的判断,在发达的工业化国家农业人口可能只占3%。农业生产率出现了巨大的增长,它把资源释放到了制造业部门。同样的道理,制造业生产率的巨大增长,意味着从事制造业生产的人口也在不断地减少。当今的美国有84%的就业人口在从事服务业。在欧洲的英国、丹麦和荷兰这一比例大约为72%。新经济之所以能取得成果,劳动力向服务业的转移至少起了部分作用。这种趋势在成长性强的发展中国家和地区也已经和正在出现。

一、制造业基地发展现代服务业的必要性和可能性

制造业基地有没有必要和能不能大规模地发展服务业,是一个有争议的理论 and 实际问题。特别是在中国这样的发展中国家,制造业的优势需要继续强化。在这里,服务业发展处于什么样的地位,是需要认真思考的重大的战略性课题。斯蒂格里茨的研究发现:“在未来几十年里,东亚所有国家或地区,实际上全球所有国家,都会不断地努力接受中国的崛起所带来的影响。我们以为影响之一就是,它会增强非贸易经济部门的作用,特别是服务业的作用。其依据是中国在制造业中的作用会越来越重要,它拥有低工资和高生产率,能够得到资本,又富有

企业家精神,将成为制造业中的统治力量。因此它要求其他经济体必须去适应这一点。加强非贸易部门,发展服务业就是这种适应的一部分。”^①

实践也将证明,制造业与服务业不是此消彼长,而是互相促进的互动关系。实证分析表明,改革开放以来江苏人均 GDP、城市化率、就业规模和全社会固定资产投资对服务业增长有显著的带动作用,是正相关关系。但是,江苏服务业增加值与制造业增加值之间却存在负相关关系。目前江苏的服务业尽管较过去有较大幅度的增长,但相比制造业比重不升反降,其原因可能有以下两个方面。

一方面是产业发展有一种棘轮效应,即只能进不能退的效应,制造业越是发展得多,就越是发展,由此导致制造业的发展挤压服务业发展的效应。江苏是制造业大省,工业总产值多年居全国之首。江苏近年来出现服务业比重不升反降的迹象,可能与此相关。

另一方面是江苏地理上与上海的相邻。在现阶段上海的经济中心地位突出表现在其服务业的高度发达。江苏特别是苏南地区已经处于上海服务业的辐射范围,目前苏南地区的许多制造业企业对生产性服务的需求就主要依赖于上海,而不是江苏自身。这必将客观上遏制江苏当地服务业的发展。实际上目前长三角地区的工业产值已经与上海的生产性服务业增长之间存在高度的正相关关系,这一方面意味着江苏当前已经存在发展生产性服务业的现实的市场需求,另一方面也说明,目前上海生产性服务已经占据江苏生产性服务业市场的有利地位。

江苏经济上新的台阶,保持持续增长的势头面临着以下两方面的约束,这两个约束都与服务业发展的相对滞后相关。

一是制造业高产值低收益的约束。长期以来江苏的经济增长率、GDP 总量、工业增加值、出口总值均居全国前列,但人民的收入水平、消费水平没有居全国前列。增长水平与富裕程度的差距基本上反映了结构性矛盾:一方面,一般制造业的净收入空间小,特别是传统工业制成品普遍进入买方市场,竞争费用太高。江苏一般制造业为主体的结构不可避免地导致高产值低收入。另一方面,从国际分工角度分析,目前江苏主要是以参与制造业产业链的国际分工来参与经济全球化的,进入的外资制造业产业链的“节点”基本上是附加值低的劳动密集型,进

^① 斯蒂格里茨. 亚洲经济一体化的现状与展望[G]//比较. 北京中信出版社,2002(1):

入的高附加值产业链的服务业节点很少。从这个意义上讲,导致江苏高产值低收益的原因,与江苏服务业参与产业链国际分工的低水平密切相关。

二是基数大速度下降的压力。江苏目前处于高位水平的 GDP 主要是靠制造业支持的。根据规律,当制造业增加值达到一定水平后,便会出现基数大增长率下降的趋势。特别是江苏制造业的增长无论采取何种方式,都会遇到能源原材料以及环境资源供给的限制。根据国家“十一五”规划的要求,“十一五”期间 GDP 要实现翻番,但能源消耗要求每年下降 4%。如果依靠制造业来实现 GDP 翻番目标,能源消耗的硬指标是难以实现的。

以上两个方面的限制,可以依靠发展服务业来打破。如果说当前通过提高江苏人均 GDP、城市化率、就业规模 and 全社会固定资产投资,确实能够加快江苏服务业发展的话,那么,发展服务业特别是现代服务业是培育江苏新的经济增长点的重要路径。

首先,当 GDP 面临制造业基数大而增长率趋向下降时,服务业的加快发展可以成为 GDP 持续增长的新源泉。特别是现代服务业的增长主要是依靠信息、科技、人力资源等能再生的要素资源的投入,这对土地、能源相对匮乏的江苏而言,无疑是最适当的经济增长途径。而且由于有发达的制造业支持,服务业的更快增长是有条件的。

第二,尽管许多制造业部门进入了买方市场,但相当部分服务业特别是现代服务业还没有进入买方市场,特别是其中相当部分是属于知识密集型的。这意味着服务业的收入空间要比制造业大得多。实践还证明与服务业结合在一起的制造业具有更高的增值水平。因此,提高服务业的比重,密切制造业与服务业的结合,可以解决产业结构的增长、增收问题。

第三,服务业主导制造业已经并正在成为现代经济的趋势。国际制造业基地的形成依托国际服务业基地,引入外资先进制造业的基本投资环境是服务业环境。根据我们的调研,一些外资制造业研发中心进入某个地区,其最为关心的不是地价、税收等方面的优惠(原因是各地政策正趋向一致),而是有没有与之适合的金融机构、保险机构、税务事务所、会计师事务所以及物流之类的服务。

对临近上海服务业中心的江苏特别是苏南制造业基地有没有必要发展服务业,需要有个清醒的认识。第一,在现有的制造业企业中,许多本来应该由服务业企业承担的服务环节实际上是由制造业企业承担

了。制造业企业自己承担服务业的职能,既不专业,也达不到规模经济的要求。例如物流,每个制造业企业都需要物流,如果不是由企业自己承担物流,而是交给第三方物流企业,其效率会更高。第二,制造业产品的生产和消费可以分开,因此其生产地点可以远离市场。服务业不同,其生产和消费不能分开,就是说其服务必须紧靠服务对象,不能远离市场,特别是生产性服务业。因此,紧靠制造业基地发展服务业特别是生产性服务业,不仅能有效地解决服务业的市场,而且可以大大降低制造业的交易成本,从而成为制造业基地进一步发展的基础。由于各类服务业会根据自身的需要建立与上海服务业的联系,因此在江苏特别是苏南制造业集中区域大力发展生产性服务业不会影响上海的服务业中心的地位,更何况上海的服务业也可能进入江苏的服务业市场。

以上分析归结到一点,就是在制造业基地发展服务业特别是提高服务业中生产性服务业的比重,强化服务业与制造业之间的相互促进机制,或许对江苏显得更为迫切和重要。

二、制造业基地发展现代服务业的产业选择

服务业的范围很广,既有消费性服务业又有生产性服务业。现代服务业可能会包括一部分新兴的消费性服务业(其中更多的是文化产业),但作为表征的是生产性服务业。这是制造业基地选择服务业的基本出发点。

在信息化条件下,服务可以说是制造业产业链向两端的延伸,甚至可以说生产和服务是相互结合的。服务具有同生产同样的增值功能。信息产品的生产和服务的界限越来越模糊,就如麻省理工莱斯特教授所指出的:“在制造业,服务增值正变得越来越重要。在任何的行业里,制造商都必须学会如何将自己的产品和服务结合在一起。这些服务有时是隐含在产品之中的,有时是与服务一起出售的。总而言之,在任何产业里,成功的制造商也必须是成功的服务供应商。”^①如果将软件看作是信息服务的话,信息产品价值中的服务份额有大于生产份额的趋势。服务贸易较货物贸易也有增长更快的趋势。江苏的信息制造业发达,

^① 莱斯特.生产率与经济增长[G]//探求智慧之旅.北京:北京大学出版社,2000:219.

加快发展信息服务业可进一步扩大信息制造业的市场,同时使包含信息制造业和信息服务业在内的信息产业达到更高的水平。

现代的生产性服务基本上是以第三方服务为基础的。第三方服务相对于制造业企业自己承担某些服务职能可能会增大其交易成本。流行的现代制度经济学理论也是在努力寻求降低交易成本的制度安排。现在突出生产性服务业发展似乎与这种规范理论产生矛盾。其实不然。企业支付了此类交易成本可以便捷地融通资金,及时获取市场信息,有效地开拓和扩大市场,也可以通过相关服务业的专业性服务规避风险。从这个意义上说,交易成本不是降低的问题,而是相比企业效率的提高是否值得支付的问题。现代经济增长的趋势是,由于以生产性服务业为表征的现代服务业的发展,制造业支付给服务业的费用日益成为工业增长所必需的中间投入,“它投入的数量、质量和方式,越来越代表着工业增长的现代化程度”^①。

支持制造业基地的主要是生产性服务业。其中包括金融、保险、运输、信息服务、电子商务、现代物流业等现代服务业,法律、会计、评估、咨询、工程设计、广告等中介机构。生产者服务业迅速发展,可以为制造业的发展提供更大的空间并可大大提高其质量。

这里需要特别指出贸易和物流服务对江苏制造业发展的重要意义。江苏制造业发达,但能源原材料供给和产品销售两头在外。贸易和物流服务业具有连接不同地区、不同产业共同发展的“黏合剂”的功能。江苏制造业发展所遇到的能源原材料瓶颈可能被包含金融、物流在内的服务业所打破,其市场也可能靠服务业的发展来扩大。

制造业的技术升级依赖于科技进步和高科技产业化。在现行的体制中,科学研究和技术创新是在不同的系统中进行的。这两个系统有着不同的运行目标和轨道。科学研究强调学术先进性,技术创新强调适应性和市场需要。两者的调节需要科技服务业来接轨。实证分析表明,江苏科学技术服务业与市场化、产业化要求的距离可能最为突出,因此,培植和发展科技服务业对推动科技成果转化,加快高新技术的市场化、产业化进程,从而推动制造业升级会起巨大的作用。

现代服务业包括文化产业。文化产业包括方兴未艾的创意产业,也包括市场潜力很大的影视、音像、出版、网络、体育等产业。联合国对

^① 袁志刚. 现代服务业与中国经济增长质量[N]. 解放日报, 2006-1-22.

文化产业有一个定义,它是按照工业标准来定义的:生产、再生产、储存以及分配文化产品和服务的一系列活动。按照这样一个定义,文化产业的发展,首先是工业标准的问题,其次是市场导向问题。现在大量的文化产品可以作为一种产业来经营,如影视和音像产品、体育竞赛、创意等等。文化产业要按照工业标准来进行生产和再生产,实际上就是要研究对文化产业的深度加工和高附加值问题。高附加值的问题实际上要求解决高新技术和文化产品生产的结合问题。文化产品没有各种高科技进入,它很难有高附加值,也难以不断地创新。文化产品和其他产品一样,也是需要不断创新的。文化产业的市场潜力很大,但需要开发。经济学里讲的产业价值链,就是讲任何一个产业都有前向联系和后向联系,任何一个文化产业项目都可能向前延伸或向后延伸。向前延伸就进入市场,向后延伸就涉及设计、策划、教育。例如足球产业,现在中国的足球形成了有年产值4亿元的大市场。足球产业的投资主体是以竞赛为手段,以盈利为目的,因此实行俱乐部制。足球市场不仅是比赛市场,还有运动员和教练员市场、广告市场、有偿的电视转播市场、足球产品和标识产品市场、运动员的培训市场、足球的影视节目制作市场等。这都形成了一个价值链或者是产业链。所以音像制品、出版产品都有按照产业链的向前向后的延伸和分工的市场开发问题。现代服务业中“现代”一词有特定的含义。它既表明与传统服务业的区别,更突出服务业自身的科技和制度的现代化。在信息技术影响下,当今服务业的增长主要是来自现代服务业的发展。所谓现代服务业,是指产生于工业化高度阶段、具有高知识密集型和高附加值型特性的服务行业。这些行业目前在发达国家不仅信息化、网络化程度高,而且对其他产业渗透力强,对整个经济发展的贡献率大。从运作模式上看,现代服务业也越来越摆脱传统服务业的特性约束,服务异地提供、服务混业经营和企业的超大规模,已经成为现代服务业的发展主流。江苏发展现代服务业要积极探索现代服务业向制造业的渗透途径和开展混业经营的可能性。

三、发展现代服务业的国际化战略

我国目前的服务业水准,面对生活消费的传统服务业已有一定的基础,而面对生产者的现代服务业,与国际先进水平的差距较大。特别

需要指出的是,由资源禀赋决定的国际分工的比较优势对制造业可能有一定的意义,但对现代服务业来说,源自自然要素禀赋的比较优势并无竞争优势。原因是现代服务业发展所需要的要素更多的是知识和组织要素,而不是自然禀赋。在这种背景下在较短的时间内提升服务业“现代”水准的可靠途径是国际化。

利用国际化途径发展现代服务业的可能性在于,在开放条件下影响现代服务业发展因素的流动性和可塑性大大增强。从这个意义上说,江苏加快现代服务业的根本对策,是在经济全球化的大背景下,充分考虑和利用目前产业国际转移所提供的难得发展机遇,积极主动承接国外服务业向江苏的国际转移。特别是在吸引外国现代服务业进入方面争取“率先”,由此创造新的竞争力。

在经济全球化的背景下,发达国家不仅将制造业向发展中国家转移,其现代服务业如金融、保险、通讯、网络等服务业也在进入发展中国家。跨国公司在新一轮的全球产业布局调整中,虽然制造业的国际转移仍然是产业布局调整的中心,但是服务业向新兴的发展中国家市场转移的趋势日益明显。发达国家向发展中国家转移的服务业,恰恰是发展中国家较为落后但潜力最大的部门。因此,发展中国家在积极发展和引进国际制造业的同时,还要重视引进现代服务业。

服务业国际化的重要途径是直接引进国际服务业。我国加入WTO以来,逐步放宽了对外商直接投资对服务业投资的限制,越来越多的外商投资企业成为了我国国内市场的经营主体,从而直接参与国内市场的经营。服务业外商直接投资正成为我国利用外资新的增长点。

在开放条件下,产业的国际竞争主要发生在“微笑曲线(Smiling Curve)”两端,即主要集中在研究开发与设计、品牌运作等生产性服务环节。考虑到当前服务业国际转移明显加快的特点,国际化的对策应该体现在创新承接服务业国际转移的方式和平台,并且在相关产业支撑以及经济国际化等方面,创造竞争优势。

服务业国际化的重要方面是外包服务。越来越多的发达国家的企业还通过项目外包、业务离岸化等形式,实现服务业向新兴市场的国际转移。据世界著名的麦肯锡咨询公司估计,2002年美国服务外包市场规模就达到320亿—350亿美元,而潜在的服务外包市场更是高达3万多亿美元,预料这几年美国的服务外包市场年增长率可达30%—40%,到2008年规模超过1000亿美元。印度是当前服务业国际转移的最大

受益者,许多发达国家的企业都将印度作为服务外包的首选地。这方面的例子很多。

比如,美国一家航空公司将其催收账款业务外包到了印度,不但每年节省 5000 万美元的运行成本,而且还收回了已欠多年的 7500 万美元旧账款。一家知名的美国电脑生产商将其电话和电子邮件的 24 小时客户技术培训支持和服务外包给了印度,为此该生产商除了每年能节省 1 亿多美元的成本,还使客户满意率显著提高。美国硅谷一家公司(Portal Player Inc.)通过在硅谷和印度两地的科研同步异地开展,既降低了 40% 的公司成本,又因科研的昼夜不间断使得技术开发周期缩短了近半年。

相比制造业,现代服务业领域的国际竞争更为激烈。即使是在国内市场上,我国的现代服务业企业所参与的市场竞争越来越具有国际性特点。因此,现代服务业企业要提高应对服务业全球化竞争的能力。根据竞争力专家波特的分析,由于各国服务需求相近,全球性服务业者更有优势。由于信息流通迅速,交通便捷,客户更有可能寻求世界顶尖的服务企业。全球性服务业者具有规模经济的优势,能够以世界性品牌和知名度压倒当地业者。各国的服务成本、品质和服务种类存在明显的差异,大型多元化服务企业在发达国家更为先进,其他国家客户有到提供最佳服务的国家寻求服务的动机。这就提出了服务业企业在服务市场对外开放中的升级问题。

现代服务业企业在国际化中提高竞争力的途径主要涉及两个方面:一是与国际服务业合作,引入国际知名服务业的品牌;二是重视国际标准认证,打造本国服务业企业的国际品牌。

四、发展现代服务业的城市现代化战略

总结西方国家近几十年来服务业飞速发展的经验,最重要的就是服务业的持续不断创新,而创新的源泉,分别来自开放的市场、应用信息技术的扩大和深化、企业生产组织方式的更新和现代化这三个不同领域。这里的“抓手”是城市现代化,也就是在城市现代化进程中从各个方面提供服务业创新的源泉。

服务业的发展要依托城市。服务业是城市化特别是城市现代化的载体和依托。城市需要通过服务业成为主导性产业以还城市的本来面

目,变工业型城市为贸易型、服务型和消费型城市。强化城市的市场功能与提高城市服务业的比重相关。城市作为要素和产品的市场中心和集散地(其中集就是聚集,散就是扩散),其依托就是服务业。

服务业与城市化有互动的关系。其理论说明在于:制造业的生产和消费在时间上和空间上可以分开,其发展不依赖于本地的市场容量,因此可能出现制造业基地进入农村的状况;而服务业的生产和消费在时间和空间上是不可分的,服务业的规模对当地的市场容量依赖性很强,因此服务业基地需要聚集于城市。城市越大,市场容量越大,服务业规模越大则越经济。

从制造业发展的服务环境分析,由于大部分服务需求内容相近,信息流通迅速,交通便捷,如果各个城市服务成本、品质和服务种类存在明显的差异,客户更有可能跨越地域寻求最佳的服务。这意味着一个城市服务业越发达,对客户越有吸引力,这个城市的功能及竞争力就越强。我国加入 WTO 后,进入中国的外资层次也在提高。外资高科技的研发中心、外资现代服务业进入城市,对城市投资环境的要求也在提高。城市的服务业发展水平就成为他们评价投资环境的重要标准。有没有他们所信得过的银行和律师事务所,有没有符合他们需要的物流机构等,便是其考察投资环境的重要指标。在经济全球化条件下,城市服务环境越好,现代化程度越高,城市的国际地位就进一步突出。

实证分析表明,服务业的发展与城市化具有同步性。与现代经济相联系的服务业以城市规模为条件,文化教育、金融保险、房地产业、信息服务业等均适于在大中城市发展。凡是国际性大都市,服务业比重一般要在 70% 以上。发达国家 60% 以上的产值、60% 以上的就业在服务业,而服务业主要集中在城市,主要原因是城市的功能主要由其所拥有的服务业起作用。城市功能包括市场功能、信息功能、金融保险通信等方面的服务功能。

在城市化中发展现代服务业需要调整城市产业和企业结构。在城市聚集的要素只能是先进生产要素,聚集的产业必须以现代服务业为主体。吸引公司总部及其营销中心进城,可以加快现代服务业发展的进程。

服务业的核心竞争力是人力资本的竞争力。服务业与制造业的最大区别是人力资本价值的差别。制造业的差别竞争基本上是由产品的差别性反映的。服务业的差别竞争基本上是以人员素质差别反映的。现在发展现代服务业最大的瓶颈是服务业的人才瓶颈。金融、物流、保

险、信息服务等人才缺乏,服务业的管理人才更是缺乏。相关服务业人才的培养和引进应该成为城市现代化的重要方面。

总的来说,江苏正迎来加快服务业发展的难得机遇和条件。工业化和专业化分工程度的加深,江苏经济开放程度的提高,为生产者服务业提供了广阔的潜在发展空间和市场。可以预料未来像金融保险、物流、信息服务、技术咨询以及法律、会计、广告等服务业在江苏都将有较大发展。同时,随着江苏人均收入水平的提高和人民生活由小康转向富裕,面向居民的服务性消费市场也会进一步扩大。在此基础上,江苏特别是苏南的产业结构将根本改观,由以制造业为主体的结构转向先进制造业和现代服务业并举的产业结构。

(洪银兴)

第二章

制造业基地服务业： 江苏的实证分析

一、引言

改革开放以来,中国经济发生了翻天覆地的变化,在世界经济中的地位明显提高。尤其是随着中国出口贸易的迅猛发展,中国已被誉为“世界工厂”。江苏地处中国沿海经济发达地区,是中国主要的经济大省。江苏制造业不仅在中国占据重要地位,而且具有诸多国际制造业基地的特征。研究经济全球化时代江苏服务业的现状,对探寻当今制造业基地服务业的发展规律,无疑具有重要的理论价值与实践价值。

服务业是指专门从事生产服务产品的行业 and 部门。与制造业和农业不同,服务业所包含的行业众多,并且特性各异。随着社会分工的不断深化和信息技术的广泛应用,服务业在国民经济中发挥着越来越重要的作用。根据联合国贸发组织(UNCTAD)统计,截至 2001 年服务业占世界产出的比重,平均已达 67.7%;其中发达国家 72%,发展中国家 52%。在传统意义上,服务业还具有技术和附加值含量低、产品无法储存和运输、专业性差和经营规模小等特性。

上世纪 80 年代以来,服务业的一些固有特性面临了重大挑战。在信息技术和经济全球化影响下,服务业不仅发展加快,而且自身运作模式和规律也在发生重大改变。一大批新兴服务业快速崛起,它们普遍具有技术和资本含量高、附加值大、专业性强等特点,不仅让服务业能够实现超大规模化经营,而且借助于现代信息网络,许多异地服务和异时服务也成为了可能。人们习惯将这些服务业称为现代服务业。所谓