

FUWUCHUANGXIN

服务创新

蔺 雷 吴贵生 / 编著

清华大学出版社

FUWUCHUANGXIN



服务创新

蔺 雷 吴贵生 / 编著

清华大学出版社

北京

内 容 简 介

服务创新研究在国外已有近 20 年的历史,它在提升服务业竞争力、推动服务业快速发展方面发挥了重要作用。国内对服务创新的研究则刚刚起步,迫切需要了解服务创新已取得的研究成果,并对服务创新的研究框架形成整体把握。本书是国内第一本较为全面和系统阐述服务创新基本概念、基本理论、重要模型及其管理实践的著作,其中着重对服务创新的概念、特性、类型、研究方法、驱动力、模式、产业创新模型,以及服务创新系统等基本概念和理论进行介绍,并对服务创新的管理实践进行初步探索。

本书反映了服务创新领域的最新理论进展和前沿。本书内容系统、完整,结构由浅入深,语言上通俗易懂,对相关研究有较强的启发性,并具有一定的指导性和可操作性。本书读者对象为服务创新研究人员、管理类专业研究生、服务业管理人员、政策研究人员、企业高级管理人员以及从事服务创新活动的相关人员阅读。

图书在版编目(CIP)数据

服务创新/蔺雷,吴贵生编著. —北京:清华大学出版社,2003

ISBN 7-302-07356-2

I. 服… II. ①蔺… ②吴… III. 服务业—经济管理 IV. F719

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 090195 号

出 版 者: 清华大学出版社 地 址: 北京清华大学学研大厦

<http://www.tup.com.cn> 邮 编: 100084

社 总 机: 010-62770175 客户服务: 010-62776969

责任编辑: 魏荣桥

印 装 者: 北京鑫海金澳胶印有限公司

发 行 者: 新华书店总店北京发行所

开 本: 185×230 印张: 18.5 字数: 375 千字

版 次: 2003 年 11 月第 1 版 2004 年 2 月第 2 次印刷

书 号: ISBN 7-302-07356-2/F·641

印 数: 2001~3000

定 价: 39.00 元

本书如存在文字不清、漏印以及缺页、倒页、脱页等印装质量问题,请与清华大学出版社出版部联系调换。联系电话: (010)62770175-3103 或(010)62795704

前言

全球范围内服务业的迅猛发展以及当代经济的“服务化”已成为不可阻挡的趋势。服务业不再是制造业的“附属物”，而在一国经济中发挥着举足轻重的作用。未来国际竞争力在很大程度上取决于服务业竞争力的强弱，而服务业的国际化趋势使各国面临着更为激烈的市场竞争。改革开放以来，我国服务业得到长足的发展，但在内部结构和总体实力上都存在较大问题。在中国加入世贸组织后，服务业更是面临着前所未有的挑战和压力。全面、快速地发展服务业已成为我国“十五”期间的重要战略目标之一。随着中国政府支持服务业发展的政策措施的落实，加入世贸组织后中国市场化水平和对外开放程度的提高以及开放领域的不断扩大，中国服务业将呈现新的发展态势。

创新是一个企业、产业和国家保持竞争优势的根本手段，服务业也是如此。面对迅速发展的社会经济和科学技术与瞬息万变的市场，服务企业只有通过创新以正确的决策和快捷的反应能力推出高质量的创新产品，才能在竞争中处于有利地位。创新不仅作为竞争手段对服务企业有重要意义，它还是服务企业获取利润、提高声誉和形成企业品牌的重要途径。实践证明，服务企业需要创新作为其进一步发展的最强劲的驱动力，任何想获得成功的服务企业都必须将创新提到战略的高度予以组织和实施。

产业界和学者们已逐渐认识到创新应成为推动服务业发展的基本途径。但由于历史上对服务及服务业的偏见和固有观念，人们认为服务业不存在创新。换句话说，服务创新没有研究的必要，因而目前有关服务创新的研究还相当少。在学者们逐渐认识到创新在服务业中的重要作用后，有关服务创新的研究迅速开展并丰富起来。服务创新研究的历史不长，国外的研究开始于20世纪70年代末、80年代初，国内对服务创新的研究才刚刚起步。因此，相对于制造业的技术创新研究，服务创新的理论和实证研究都还很缺乏，需要广大学者进一步努力完善服务创新的理论研究框架。虽然服务创新的研究尚不全面和系统，但也取得了一定成果。对这些研究成果进行系统的归纳和总结，是进一步研究的基础。国内已开始进行服务创新的研究并逐渐成为热点之一，但学者们还很缺乏对服务创新相关知识和理论的了解，因此，对服务创新相关研究成果的介绍和分析就显得极为迫切和必要。

本书在大量研读国内外服务创新研究领域重要文献的基础上，系统总结了前人的研

究成果,对服务创新的基本概念、基本理论及其管理实践进行了较为详尽的阐述,反映了该领域研究的最新进展和前沿。通过阅读本书,读者可以初步把握服务创新研究的整体框架,并较为系统地了解服务创新的研究现状和研究动向。

本书内容由五篇组成,分别是“前言”、“服务概论”篇、“服务创新理论”篇、“服务创新管理”篇和“结语”,共十四章。每一篇的内容框架如下。

服务创新是以服务^①为基础的,因此任何针对服务创新的研究都必须首先理解服务的本质和特性。只有充分把握服务的内涵和发展规律,才有可能深入分析和理解服务创新的种种现象,并对相关理论进行解释。本书的“服务概论”篇对服务进行了全面介绍,共包括四章内容。第一章首先对“服务经济”及相关理论进行介绍,探讨“服务经济”的特性和本质,并对服务业的国际化趋势和服务贸易进行论述。随后阐述服务业在当代各国经济中扮演的重要角色和所起的关键作用。最后对我国服务业的现状和存在的问题进行分析,阐述我国发展服务业的迫切性和具有的重要战略意义,并提出相应对策。第二章首先对服务的概念进行界定,并给出服务概念的界定维度。随后从管理角度出发,阐明服务产品的内涵及其意义。最后分析服务具有的一般特性(不可感知性、品质差异性、不可储存性、不可分离性、所有权的不可转让性),这为后续研究提供了分析平台。第三章对纷繁复杂的服务业从微观和宏观两个层面进行系统的分类描述,这也从另一个侧面揭示了服务业具有的多样性。第四章首先对服务管理进行概述,描述服务管理的发展历程。随后对服务的生产、传递及模型作了介绍。然后详细论述服务营销的内涵、特性、模型和职能,并对服务质量及其管理、服务利润链理论及其意义进行全面论述。最后对在服务管理中有特殊重要性的服务文化进行阐述,指出形成适合本企业的服务文化并进行有效管理的必要条件。

本书第二篇是“服务创新理论”篇,共包括五章。该篇较为全面地阐述了服务创新的基本概念、基本理论和重要模式。第五章首先对创新研究的历史进行回顾,并对服务创新研究的来源和现状进行系统总结。随后回答了服务创新的存在性问题,并得出结论:服务创新的确广泛存在于服务业中并频繁发生,只是其表现形式和组织方式与制造业的创新有所不同。第六章首先在已有的服务创新概念研究的基础上,提出对服务创新界定应把握的几个维度:无形性、创新度、顾客导向、创新形式和针对企业的创新。随后系统总结了服务创新的特性,并与制造业技术创新进行对比分析。最后对服务创新研究采用的三种方法,即“技术方法”、“服务方法”和“整合方法”进行系统的归纳。第七章首先介绍服务业中可能存在的基本创新形式,指出它与制造业创新类型的区别。随后对推动服务企业开展创新的内外部驱动力进行分析,识别每种驱动力所扮演的角色及其变化,并对典型的服务创新模式进行阐述,剖析服务企业创新过程的独特性。最后介绍服务创新的四维度模型,模型中包含的四个维度分别是新服务概念

① 此处的“服务”不仅指服务业本身的活动,还包括制造业和非盈利公共部门中的服务活动。

维度、新顾客界面维度、新传递系统维度和技术维度。该模型指出服务企业创新活动的可能维度和范畴,是服务企业进行创新的较全面的概念性框架。第八章对著名的Barras“逆向产品周期理论”进行介绍,并指出其局限性。该理论模型虽然有一定的局限性,但它为学者们进一步的研究提供了思维平台和研究起点,具有重要意义。第九章首先探讨服务创新的系统特征,介绍“技术-服务”关系,随后对包括服务企业在内的关联企业在不同创新模式中扮演的不同角色进行阐述,包括对知识密集型商业服务(knowledge intensive business service, KIBS)及其在创新中的重要作用进行的分析,最后对服务业和制造业间的互动与融合进行了讨论。

对服务创新理论的研究是为了更好对服务创新活动进行管理。本书第三篇是“服务创新管理”篇,着重分析服务创新的管理要素及过程管理。第十章对服务创新管理进行概述,指出服务创新活动的现状及发展趋势,分析服务创新管理的特点和要素,并给出服务创新管理的结构框架。第十一章从战略角度剖析服务创新管理。首先对服务企业面临的战略环境进行扫描,阐述服务企业经常采用的战略模式,随后对标准化、顾客化和模块化的不同生产方式对创新的影响进行比较分析。最后对服务创新过程中遇到的障碍进行识别,分析服务企业经常采用的创新保护方法,并对服务企业的竞争优势来源进行剖析,提出不同情况下服务企业获取竞争优势的可能途径。第十二章对服务创新能力进行界定,指出服务创新能力与技术创新能力间的差异,并对服务创新的组织形式和人力资源进行阐述,剖析其特性和管理的关键所在。以上三章内容是服务创新管理的基础。第十三章首先介绍新服务开发的内容和过程,随后对服务创新的环节和要素管理进行阐述,最后提出服务创新过程的管理模型,并对服务创新的测度和绩效评价进行阐述。第十四章从宏观政策管理的角度探讨服务创新管理。公共部门与服务创新的关系密切,服务创新政策更是直接针对服务创新活动,因此对以上两者的理解非常重要。本章还初步分析了中国服务创新的现状,并提出相应政策建议。

本书的“结语和研究展望”部分对全书进行简短总结,并对服务创新的研究作了展望,指出未来服务创新研究可能的发展方向。

本书可供理论工作者、政府中的服务业管理人员、政策研究人员、企业高级管理人员和从事服务创新活动的相关人员阅读。本书在撰写过程中得到了王毅博士后的大力支持,一些老师和同学为本书提出了宝贵的建议和意见,家人也给予了无私的帮助和鼓励,在此一并表示感谢!

本书在编写过程中参考了国内外有关文献和著作,谨在此对其作者表示感谢。由于编写时间仓促,调查研究还不充分,加之作者本身水平有限,因此本书一定还存在不少不足之处,敬请读者批评指正!

本书得到清华大学出版社的大力支持,特别表示感谢!

作 者

2003年5月于清华园

目 录

第一篇 服务概论

第一章 服务经济	3
第一节 服务经济理论	3
第二节 服务业在当代经济中的地位	11
第三节 我国服务业的发展	21
第二章 服务概念和特性	35
第一节 服务概念界定	35
第二节 服务产品分析	40
第三节 服务的一般特性分析	45
第三章 服务业的分类	50
第一节 服务业的宏观分类	50
第二节 服务业的微观分类	55
第四章 服务管理	62
第一节 服务管理概论	62
第二节 服务的生产和传递	69
第三节 服务营销	74
第四节 服务文化	89
“服务概论篇”小结	93

第二篇 服务创新理论

第五章 服务创新研究回顾	97
第一节 创新研究的简单回顾	97
第二节 服务创新的存在性	99
第三节 服务创新的研究现状	103
第六章 服务创新的概念、特性和研究方法	109
第一节 服务创新概念	109
第二节 服务创新的基本特性	115
第三节 服务创新的研究方法	118
第七章 服务创新的类型、驱动力和过程模式	123
第一节 服务创新的基本类型	123
第二节 服务创新的基本驱动力	127
第三节 服务创新模式	131
第四节 创新的整合模型:四维度模型	138
第八章 服务产业创新模型	145
第一节 逆向产品周期模型	145
第二节 典型服务部门的创新	152
第九章 服务创新的系统观	160
第一节 服务创新的系统特征	160
第二节 技术与服务的关系	164
第三节 服务创新模式及关联企业的角色	167
第四节 KIBS 及其作用	170
第五节 服务业与制造业的互动与融合	182
“服务创新理论篇”小结	188

第三篇 服务创新管理

第十章 服务创新管理概论	191
第一节 服务创新的发展趋势	191

第二节 服务创新管理的特点和要素	194
第三节 服务创新管理框架	197
第十一章 企业服务创新战略	200
第一节 服务创新战略概述	200
第二节 服务创新战略环境扫描	204
第三节 服务创新战略模式	208
第四节 标准化、顾客化和模块化	211
第五节 障碍克服与优势创造	215
第十二章 服务创新能力、组织与人力资源	226
第一节 服务创新能力	226
第二节 服务创新组织	233
第三节 服务创新的人力资源	238
第十三章 服务创新过程管理	245
第一节 新服务开发的内容和过程	245
第二节 服务创新的环节和要素管理	250
第三节 服务创新的测度和绩效评价	255
第十四章 服务创新的宏观管理:创新政策	264
第一节 公共部门与服务创新的关系	264
第二节 服务创新政策	268
第三节 中国服务创新现状及政策建议	273
“服务创新管理篇”小结	276
结语与研究展望	278
参考文献	281

第一篇 服务概论

为了研究服务创新必须首先充分理解服务的内涵及特性。本书第一篇从宏观和微观两个层面对服务的内涵、特性及相关问题展开论述。第一章阐明服务业在当代各国经济中的重要地位,对服务理论研究的部分成果进行介绍,描述正在出现的“服务经济”,同时分析我国服务业的发展现状、存在的问题以及应采取的对策。第二章总结目前服务概念的相关研究,对服务概念进行界定,剖析服务产品的管理内涵,并分析服务的一般特性。第三章对现有的众多服务分类从微观和宏观角度进行系统归纳。第四章从服务管理的视角出发,对服务的生产、传递、营销以及服务文化进行全面介绍。

第一章 服务经济

服务业在历史上是一个不被重视的“剩余部门”，它在经济和社会生活中所起作用相当有限。随着工业化进程的深入和经济信息化、知识化程度的不断提高，服务业在当代经济中扮演的角色越来越重要，人们对服务业的态度发生了根本性的转变，针对服务业的研究逐渐丰富起来。本章首先对“服务经济”及相关问题进行探讨，其次对服务业在经济中的地位进行分析，最后结合我国服务业的现状和存在的问题阐述发展服务业的迫切性和具有的重要战略意义。

第一节 服务经济理论

学者们在过去几十年从不同角度对服务业展开研究，取得了一定成果，形成了各种理论。这些理论从不同侧面对服务业的发展及相关问题作了阐释，具有较高的理论价值。本节首先对其中一些较有影响的理论进行介绍，其次对服务业的发展规律作一简介，这是学者们争论的焦点，而“服务经济”的概念和特征则是近年来学者们关注的另一个焦点。此外，服务业日益呈现出国际化趋势，国际服务贸易也获得很大发展。本节也将对这些内容进行探讨和分析。

一、几种服务经济理论

服务研究学者提出的一些较有影响的“服务经济”理论对我们理解当前服务业中的各种现象及未来发展趋势有较好的指导意义。

（一）三次产业发展阶段理论

费雪(Fisher, 1935)和克拉克(Clark, 1940)是三次产业发展阶段理论的创立者。他们认为，人类经济发展经历了三个阶段，这三个阶段分别以第一产业、第二产业和第三产业为主。目前三次产业的分类方法已被广泛接受，但在具体产业划分上学者们并没有取得完全一致。

（二）“配第-克拉克定理”

“配第-克拉克定理”的主要内容是：越是经济发达的国家，人均国民收入水平越高，产业结构中农业所占的份额就越少，制造业和服务业的份额越高。该定理在实践中得到越

来越充分的证明,它所揭示的经济变化现象不仅仍在继续,并且在不断加强,不仅在发达国家可以明显观察到这种现象,在广大发展中国家也可以发现该趋势的存在。

(三)“后工业社会”理论

“后工业社会”理论由美国著名的社会学家丹尼尔·贝尔(Bell,1974)在20世纪70年代初提出,他认为经济发展包含三个阶段,分别是前工业社会、工业社会和后工业社会。后工业社会有四个特点:后工业社会是服务化社会;科学技术和知识在社会生活中占据主导地位,社会中存在信息化的技术趋势;专业人员和技术人员具有重要作用;价值体系和社会控制方法发生变化。

(四)“新工业主义”理论^①

新工业主义的理论从不同角度看待当代社会中白领工人增加的事实。该理论认为,企业白领阶层的增长不能说明工业在经济中的重要性有所下降,而是说明工业生产过程和方式出现了新的变化,现代工业是在高度自动化和信息化基础上的“新工业”。新工业主义认为,未来社会并不是以服务需求增长为动力的“服务经济”模式,而是仍然以物质产品的需求增长为动力的“工业经济”模式,只不过由于生产技术的进步,现代的工业生产由原来依靠体力劳动为主转变为以人力资本为主的劳动投入方式,因此管理人员、技术人员等会多于一线的劳动工人。该理论还认为,由于对劳动力素质要求的提高,与人力资本投资有关的产业如教育业会得到蓬勃发展。总之,未来社会的发展不是服务社会,而是新的工业生产技术和组织方式下的新型工业社会。

(五)“非工业化(de-industrialization)”理论

“非工业化”理论由卡尔多(Kaldor,1966)在1966年针对经济增长的动力问题而提出。卡尔多认为,英国制造业就业比重的下降是英国经济失去优势的主要原因,他把英国经济中制造业就业绝对下降的现象称为“非工业化”。在他看来,并不是所有产业的发展都能够推动经济增长。制造业存在规模效应和收益递增,它增长越快经济增长得也越快,因此他特别强调制造业的重要性,并将制造业看做是经济增长的“发动机”。因此,非工业化理论对服务业发展的看法是消极的。

(六)“自我服务社会”理论

“自我服务社会”理论由格沙尼(格沙尼,1977)提出,该理论的主要思想是:人们对服务需求的增加是通过购买商品并通过自己使用商品“内在地”获得满足,而不是向外直接

^① 引自黄少军. 服务业与经济增长. 北京:经济科学出版社,2002,74~75

购买服务本身,其宏观结果就是商品在最终需求中的比重增加而不是服务比重的增加。换句话说,随着工业化的深入和收入水平的提高,并没有呈现对服务需求的大幅增长,反而出现服务“内部化”或“自我服务化”的新趋势,如人们用自动化的家用电器代替原来的家庭服务或从外部购买服务。因此现代社会不是服务消费替代商品消费,而是商品消费替代服务消费。在解释劳动力的转移时,该理论认为劳动力向服务业的转移不是“主动转移”,即不是在对服务需求扩大的带动下进行的转移,而是由于工业生产率的提高而将劳动力“挤出”工业部门,迫使劳动力进入服务业,这是一种“被动转移”。

(七)“成本病(cost disease)”理论

鲍姆(Baumol,1967)为了较好地说明服务业就业比重不断增长的现象,提出了“成本病”理论。“成本病”是指服务业中的很多部门如图书馆、教育、医疗和艺术等具有的一种性质。由于这些部门生产率几乎不增长,而对它们的需求又比较稳定,因此维持这些服务的供给成本将会越来越大,使得投入它们的资源(主要指劳动力)也会越来越多,这就是所谓“成本病”。“成本病”理论对经济服务化的看法是消极的。

二、服务经济及其特征

在世界经济快速发展变化的今天,存在三个明显动向(匡茂华,郭宏湘,2002):一是世界各国正在进行经济结构的调整;二是科技的迅猛发展及其突出作用;三是跨国公司的力量和影响日益强大。在经济结构的战略调整方面,发达国家正从制造业向服务业转移,通过服务业的发展增强制造业的竞争力,努力实现经济从“硬”向“软”的转变;发展中国家也在大力发展服务业,通过服务业竞争力的增强来提升整个国家的竞争力。同时,科技的迅猛发展促使知识和技术含量高的服务业得到快速发展,并成为服务业中的主体。广大中外学者普遍一致的看法是,人类正从工业社会向服务社会过渡,“服务经济”将成为21世纪经济的主导。

(一)服务经济的概念

服务经济(service-based economy)是指以服务活动为主导经济活动类型的经济发展阶段,或者说一国从以农业产品和工业产品的生产为主转向以服务产品的生产为主(姚为群,1999)。“服务经济社会”的出现是相对于人类社会历史发展史上的另两个阶段“农业社会”和“工业社会”而言的。

“农业社会”是人类社会发展的第一阶段,它是以农业活动为主要的经济活动类型、以生产农产品为主的社会,工场手工业和服务业居于次要地位,目前世界上仍有少数国家停留在农业社会阶段。“工业社会”是人类社会发展的第二阶段,它以工业活动为主要活动类型,以生产工业产品为主,农业和服务业居于附属地位,现在世界上的大部分国家正处

于这一阶段,我国正处在由工业化的初级阶段向更高级阶段的转变时期。第三阶段是“服务社会”阶段,它是在一些国家的工业化全面完成以后,服务产品的生产成为经济活动的主体,同时服务业成为经济中的主要产业部门后才出现的。服务社会以美国为代表(著名学者富克斯早在 1968 年就宣称美国在西方发达国家中率先进入“服务经济社会”),目前北美、西欧和大洋洲的一些发达的工业化国家已先后进入这一阶段。

(二) 服务经济的特征

“服务经济”具有以下特征:

1. 服务业产值在经济结构中的比重日趋上升

二战后,服务业产值在经济结构中的比重不断上升,并成为许多发达国家的主导产业。发达国家国民经济结构中三大产业(农业、工业和服务业)产值变化的基本发展趋势是:农业产值在经济结构中的比重急剧下降,工业特别是制造业的产值开始缓慢下降,服务业的产值则持续快速上升。首先,发达国家农业所占比重普遍持续下降,如美国的农业产值从 1950 年的 4.8% 下降到 1988 年的 2.3%,日本从 1950 年的 26% 下降到 1988 年的 2.3%,英国则从 1980 年的 1.6% 下降到 1988 年的 1.2%。其次,发达国家工业产值在 GDP 中的比重则出现缓慢下滑或由上升到下降的变化,如美国 1950 年工业产值在 GDP 中的比重为 32.1%,1960 年下降到 28.6%,1980 年更是下降到 22.5%,此后一直维持在该水平左右。日本 1950 年工业产值占 GDP 的 28%,1960 年上升到 34.2%,1970 年上升到 35.8%,但在 1980 年下降到 30.4%,下降趋势相当明显。与农业和工业相反,服务业在 20 世纪 70 年代后得到飞速发展,如美国 1988 年服务业产值高达 3500 万亿美元,占 GDP 的 70%,1994 年更是达到 80%;英国 1960 年服务业产值占 GDP 的比重为 45%,1989 年跃升到 63%;日本服务业产值占 GDP 的比重也从 1970 年的 51% 上升到 1991 年的 56%。服务业产值短期内的大幅度上升使得工业产值比重相对下降,这表明服务业的发展速度远远超过了工业发展速度。

2. 服务业就业人数持续大幅度增加

服务经济不仅表现在服务业产值所占比重的明显增加,还表现在就业结构伴随生产力和产业结构演变而发生的巨大变化。发达国家就业结构变化的基本趋势是,本来已经很低的农业就业比重继续下降,工业特别是制造业的就业比重发生大幅度下滑,服务业的就业比重持续大幅度上升。自 20 世纪 70 年代以来,大多数发达国家(日本除外)的工业,尤其是制造业的就业人数出现了明显的下降趋势,到 1990 年,美国下降了 8%,英国下降了 15%。

3. 服务贸易发展迅速,并将在国际贸易中逐渐占据主导地位

根据 WTO 的统计,1990—1997 年间国际服务贸易额的年增长率为 8%,高于同期世界货物贸易的增长率。1997 年世界服务贸易总额达到 12950 亿美元,约占全球贸易总额

的 1/5。有学者预计,服务贸易将在今后 20~30 年间进入高速发展时期,它在国际贸易中的比重大约每年提高一个百分点,从 21 世纪 30 年代起,服务贸易的比重将赶上甚至超过货物贸易的比重,服务贸易将在国际贸易中占据主导地位(郑吉昌,2002)。

4. 服务业与工业、农业等生产型产业结合得越加紧密,“服务化”特征明显

服务经济的另一个明显特点是,不仅服务业本身得到了很大发展,而且它与工业和农业间的结合也越来越紧密,并使这些生产型产业出现了明显的“软化”趋势,改变了其单纯生产的特点。对制造业而言,服务要素的加入可以使制造业提供附加值更高的产品,更容易实现差别化竞争等。1980 年美国工业增加值中的 75% 以上是由工业内部的服务性活动所创造^①。另一方面,制造业的发展是服务业发展的平台,只有制造业等生产性产业得到了相当发展,服务业尤其是新兴服务业才能获得广阔的发展空间。总之,服务业与工业、农业等生产型行业间的相互渗透和相互影响越来越明显,并已形成了相互依赖、共同发展的关系。

5. 服务经济的内部结构越来越呈现出知识经济的特点

在各国的服务业中,知识密集型服务业发展迅速,其产值比重和就业比重不断增加,如金融、保险、房地产、商业服务等。此外,服务业是新技术发展的重要推动者,它不仅是新技术的主要使用者和推广者,还指引着新技术的发展方向,并促进了多项技术之间的沟通和发展。

(三) 有关服务经济的其他观点

服务业如此迅速、稳定发展的原因是什么? 韩经伦(韩经伦,2000)认为,服务业与制造业相比具有不可比拟的优势。首先,服务业有着旺盛的、稳定的内部需求,这是制造业所没有的优势。服务业不像制造业那样存在存货过多或过少的问题,并且许多服务业的需求在经济衰退时仍保持相对的稳定。其次,经济服务化可以使一国经济在很大程度上免受国际竞争和经济萧条的打击。韩经伦认为,美国经济增长引擎一直运转得很顺利,原因就在于服务业不但雇佣了 80% 以上的就业人口,而且服务业的产值占到美国 GDP 的 80%,服务贸易也得到蓬勃发展。尽管美国贸易赤字年年上升,但服务贸易年年顺差,该顺差可以冲抵有形产品贸易逆差的 1/3 以上。这道“护身符”增强了美国经济“抗震”能力,使得美国经济在全球经济波动中,除制造业受影响表现疲软外,其他行业都有不同幅度的增长。

除了以上的观点,还有学者对“服务经济”提出了不同解释。黄少军(黄少军,2000)认为,当前经济“服务化”的本质是生产的“信息化”,出现高比重服务业的重要原因是:80 年代以来西方发达国家生产技术和组织形式发生了重大变化,导致服务业的比重迅速增加。

① 引自李立勋. 后工业社会的经济服务化趋向. 人文地理,1997,4:12

经济的“信息化”是指“生产和管理的社会和技术组织的特殊形式,它通过对新的信息技术的运用而使以知识和信息为基础的生产率得以实现”^①。这说明信息化不仅指信息产品本身的大量扩展,更是指生产技术与管理方式适应信息技术的变化而产生的变革。信息化过程提高了经济中各个生产领域的生产率,推进了农业、工业和包括服务业本身的新的分工,因此人类本身主要从事知识和信息的生产,而实际产品的生产则通过生产高度的机械化和自动化由“工具”来完成。由于知识和信息的生产被计入服务业,上述分工过程在宏观上就表现为服务业在经济中比重的上升。宏观统计上经济的“服务化”所掩盖的实质是经济的“信息化”,现代社会服务化的本质实际上是“信息化”。

黄少军还对服务业就业的大幅增加进行了解释。他认为,日益激烈的竞争和瞬息万变的市场要求生产的组织结构发生相应变革,其中最重要的变革就是管理和市场运作等与生产信息处理有关的部门逐渐强化和在专业化分工基础上的独立化,即分工所产生的“挤出”效应。同时,劳动者的工作由于生产的日益自动化变得更加“知识化”和“专业化”,其工作越来越具有服务的性质。以上两个过程就是现代工业组织创造服务业就业的外部化和内部化过程。换句话说,人类劳动的性质发生了变化,从“操作型”变成了“知识型”,从这一点看,现代经济更多的是“知识化”或“信息化”,而不是“服务化”。

黄少军最后认为,80年代以来发展中国家的经济也有“服务化”的倾向,但它与发达国家的经济服务化有所不同。发达国家经济的“服务化”实际是经济的“信息化”,而发展中国家经济的“服务化”可能是“真正的”服务化,即就业和产出向传统服务业倾斜,原因是工业生产技术的进步对劳动力的“挤出效应”。它反映的是生产、管理技术和组织结构的变化,与经济发展水平的关系不紧密。在全球经济一体化的影响下,经济发展水平较低的发展中国家也出现了经济的“服务化”倾向。

三、服务业的国际化和服务贸易

目前经济的全球化和一体化已成为不可阻挡的趋势,而服务业的发展也不再局限于某一区域或国家,其国际化倾向越来越明显。在服务业国际化进程的推动下,世界服务贸易也得到飞速发展,逐渐成为推动世界经济增长的“引擎”。

(一) 服务业的国际化及特点

近些年来,服务业(如金融业)的国际化已成为各国服务业发展中的一个明显趋势,并引起了学者们的广泛关注。所谓服务业的国际化是指各国与服务业有关的活动不再局限于本国内部,而是更多地参与国际化的运作和发展,包括国际服务贸易(进出口)、服务对外投资以及利用外资等。相对于制造业而言,目前服务业的国际化程度较低,但发展潜力

^① 引自黄少军. 服务业与经济增长. 北京:经济科学出版社,2000,7