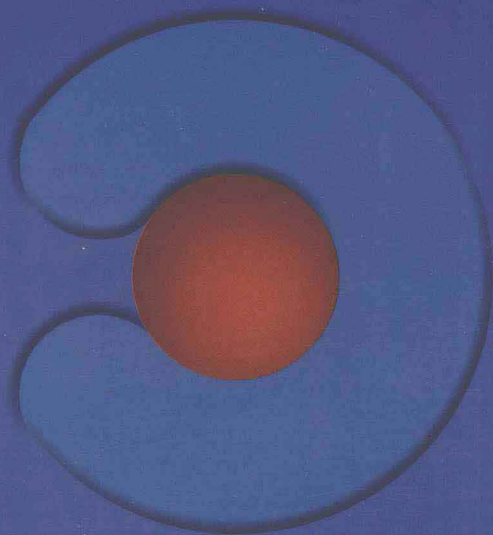


高等学校经济心理类教材

服务心理学

张等菊 编著

FuWu XinLiXue



经济科学出版社
Economic Science Press

高等学校经济心理类教材

服务心理学

张等菊 编著

经济科学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

服务心理学 / 张等菊编著. —北京: 经济科学出版社, 2013. 1

高等学校经济心理类教材

ISBN 978 - 7 - 5141 - 2728 - 7

I. ①服… II. ①张… III. ①商业心理学 - 高等学校 - 教材 IV. ①F719

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 284320 号

责任编辑: 王东萍

责任校对: 杨海

责任印制: 李鹏

服务心理学

张等菊 编著

经济科学出版社出版、发行 新华书店经销

社址: 北京市海淀区阜成路甲 28 号 邮编: 100142

教材编辑中心电话: 88191344 发行部电话: 88191540

网址: [www. esp. com. cn](http://www.esp.com.cn)

电子邮件: esbj3@esp.com.cn

北京密兴印刷厂印装

787 × 1092 16 开 12.75 印张 300000 字

2013 年 1 月第 1 版 2013 年 1 月第 1 次印刷

ISBN 978 - 7 - 5141 - 2728 - 7 定价: 26.80 元

(图书出现印装问题, 本社负责调换。电话: 88191502)

(版权所有 翻印必究)

前 言

随着第三产业的崛起，“顾客至上”已成为消费世界的基本理念；人性化的营销管理也开始倡导“没有‘销售人员’，只有‘服务人员’”的制胜谋略。至此，“服务”不仅成为了现代生活中衍生出来的新词，也成为现代企业发展的一种新攻略。在部分领域，“服务”一词代替“管理”、“营销”等频频出现，同时，客户服务、物业服务、通信服务、金融服务、饮食服务、旅游与度假服务、会展服务、家政服务等行业也承载着庞大的就业大军，蓄势迸发。因此，建立“服务型企业”，乃至“服务型政府”已势在必行。

服务工作是一种人与人的接触活动，是一种“情感性劳动”，服务质量的提升取决于客我双方在互相了解对方需求、动机等心理趋向的基础上“共情”的效果。而服务中如何植入“顾客满意”服务系统，提升企业的美誉度，关键在于服务人员的服务素养，尤其是心理素养，这就亟须一门对服务人际、服务技巧、服务交往等进行心理指导的课程，即“服务心理学”，这亦为此书编写的目的。

本书以就业为导向，以能力培养为主线，适合高等学校的管理学和经济学本科生、专科生使用。

本书在撰写过程中参阅了国内外大量的资料，在此，向所有的资料提供者表示衷心的感谢。

由于作者水平有限，本书可能存在不少缺陷，在此恳请顾客批评、指正！

张等菊

2012年8月于广州

目 录

第一章 服务业概论 / 1

- 学习目标 (1)
- 第一节 服务业及其现状分析 (1)
- 第二节 中国服务业发展需求及战略 (9)

第二章 服务心理学的发展 / 16

- 学习目标 (16)
- 第一节 服务心理学产生的学科背景 (16)
- 第二节 服务心理学产生的理论基础 (21)
- 第三节 服务心理学的研究对象和内容 (32)

第三章 顾客的个性心理与消费行为 / 38

- 学习目标 (38)
- 第一节 顾客知觉的基本原理 (38)
- 第二节 顾客的情绪情感过程 (53)
- 第三节 顾客的态度 (61)
- 第四节 顾客消费偏好和消费决策的形成 (73)

第四章 消费习俗与服务心理 / 80

- 学习目标 (80)
- 第一节 消费习俗的特点与分类 (80)
- 第二节 消费中的语言习俗与服务 (84)
- 第三节 文化习俗与服务 (87)
- 第四节 消费习俗与产品服务 (95)

第五章 服务过程心理 / 102

- 学习目标 (102)
- 第一节 服务中的礼仪 (102)
- 第二节 服务中的人际关系及服务要诀 (110)
- 第三节 顾客的投诉心理及管理 (119)

第六章 服务人员的挫折与管理 / 129

学习目标	(129)
第一节 心理挫折概述	(129)
第二节 挫折与归因	(132)
第三节 服务人员的挫折与管理	(141)

第七章 服务人员的疲劳心理 / 147

学习目标	(147)
------------	-------

第八章 服务人员的基本心理素质要求及保健 / 154

学习目标	(154)
第一节 服务人员的基本心理要求	(154)
第二节 服务人员的心理保健	(172)
第三节 服务人员的心理治疗	(186)

主要参考文献 / 196

【学习目标】

服务业的现状分析
服务业的发展需求

第一节 服务业及其现状分析

一、服务业来源及分类

服务业是在农业化时期、工业化时期相继走向衰落后而发展起来的一种新型产业，也就是我们通常所说的第三产业。

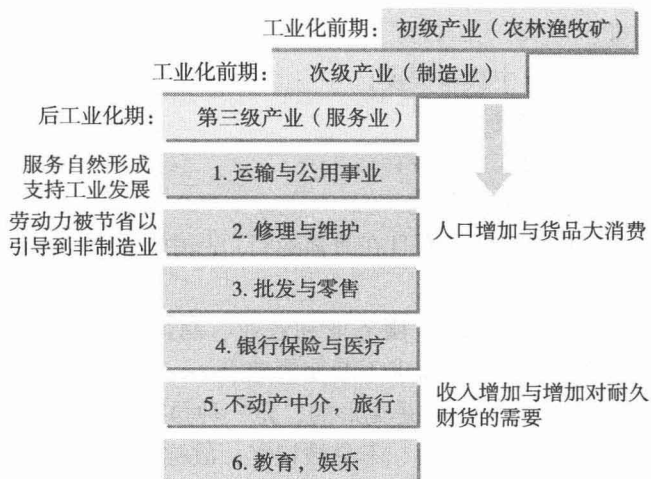


图 1-1 服务业的产生

世界贸易组织《服务贸易总协定》认为，服务贸易分为 12 大类：商业性服务（包括法律、工程设计、城市规划、公共关系等专业服务以及计算机、研究与开发、不动产、设备租赁等方面的服务）；电信服务；建筑服务；销售（分销）服务；教育服务；环境服务；金融服务；健康与社会服务；旅游及相关服务；文化、娱乐及体育服务；交通运输服务；其他服务。经济学家辛格尔蒙（1994）将服务业分成四大类：分配服务系统（运输、通信、贸易），生产服务系统（银行、商业、房地产），社会服务系统（卫生保健、教育、公共、非营利机构）及个人服务系统（家政、酒店、餐饮、维修业）。

日常生活中对服务业进行细分，主要包括以下门类：

表 1-1 服务业的实际分类

区分	例 证								
纯产品	糖盐	领带	饼干	汽车	房屋	音响	家具	家电	球具
混合式大量服务	百货公司	便利商店	大众运输	快餐餐饮	干洗衣服	有线电视			
企业服务	新闻杂志	金融财务	银行服务	产险服务	金融商品	商务旅馆	会议餐饮		
贸易服务	贸易	批发	零售	维护	修理	仓储	代理	运送	
基础建设	运输	通讯	水电	能源	医疗	卫生	安全		
公共行政	政府	海关	法院	监狱	军队	中学教育	社会工作	图书馆	
定做型服务	星级旅馆	高级餐饮	旅游住宿	美容健康	清洁房屋	娱乐导览	大学教育	殡葬仪式	邮件快递
个别性服务	医疗保健	自助旅行	广告设计	法律经纪	信息服务	医疗看护	委托研究	计算机维修	软件开发
纯服务	理发美容	房屋中介	寿险服务	衣服定做	心理咨询	个人家教			

二、服务业的特征

菲茨杰拉德（1991）把服务业的固定特征引申为以下六个维度：

1. 顾客接触度；
2. 顾客定制化程度；
3. 员工为满足顾客需要自主决策程度；
4. 以人或设备为中心的程度；
5. 附加价值的来源是前台还是后台；
6. 关注单个产品或服务过程的程度。

服务业不仅具有以上六个特征，而且在具体运行过程中，根据工作类型不同还具备以下属性：

1. 服务地点弹性（site-selection）：服务业和农业、制造业相比，不再拥有固定的工作地点，而是随顾客的需求及区域布局需求不断变换地点。
2. 服务无形性（intangible）：服务是无形的，是一种执行活动，如美容、休闲度假服务等。基于实体上的无形，服务无法展示、不易被记忆，故称为心理上无形性：因此产出衡量困难，不容易靠专利来保护，只有通过信誉与信任维持工作。
3. 顾客参与性（participated）：顾客参与并影响交易，且顾客之间也相互影响；同时，

员工也影响服务成果。例如，快餐餐饮、自助洗衣、旅馆、学校、理发等服务门类。

4. 品质变动性 (heterogeneous): 基于人性因素, 服务不容易维持一致的质量。

(1) 相同服务人员, 在不同时间地点针对不同顾客, 会有不同的服务质量。

(2) 尖峰与离峰时期, 服务人员所花费的时间与精力是明显不同的。

(3) 服务人员的经验, 也是服务质量差异的另一项重要因素。例如, 银行职员、航空站台人员、护士、百货公司等岗位的新员工与老员工服务经验存在一定的差异。

5. 不易分割性 (not-separated): 顾客是整个服务产出的不可分离因素。产销同时发生, 服务生产与消费是同时进行的。顾客必须亲临现场才能提供服务, 顾客必须介入服务生产过程, 间接影响服务质量水平。例如, 医疗护理、咨询顾问、教练教学等。

6. 容易消失性 (perishable): 服务无法在需求前被生产, 也无法储存供日后之使用。例如, 空机位、空病床、约诊空档、教学时间等。

实质上服务业的发展就是“权利从生产者向顾客过渡”。服务业竞争的焦点及困境均存在于能否提供“高质量、低价格的服务”, 也就是说价格竞争与服务质量竞争是服务业发展的两个关键因素。法恩 (1995)、赫斯克特 (1997) 将这双层压力公式化, 指出现代服务业中消费决策由所谓的“顾客价值方案”决定, 即:

$$\text{客户价值} = (\text{有形的}) \text{结果} + \text{流程的质量/价格} + \text{链接顾客的成本}$$

三、服务业的现状分析

自 20 世纪 80 年代末以来, 随着我国国民经济的增长, 中国的服务业取得了较快的增长。1990~2002 年, 中国 GDP 年均增长 9.2%, 其中农业增加值年均增长 3.9%, 工业、服务业增加值分别增长 12.0% 和 8.2%。各产业增加值在宏观经济总量中的比例关系, 由 1989 年的 25%:43%:32%, 变动为 2002 年的 14.5%:51.7%:33.7%, 与 1989 年相比, 服务业比重上升 1.7%。从年度间的连续变化上观察, 服务业比重自 20 世纪 80 年代初到 1992 年基本呈上升趋势, 近年来较为稳定, 变化不大。

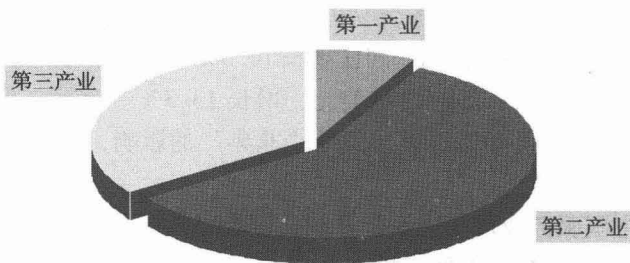


图 1-2 2004 年第一季度国内生产总值行业分布

按从业人员在各产业中的分布衡量, 1979~2001 年中国产业结构的变化十分明显。服务业从业人员比重上升幅度较大, 由 1978 年的 12.2% 上升到 1989 年的 18.3%, 再上升为 2001 年的 27.7%, 平均每年上升 0.7 个百分点。动态观察, 各产业从业人员的分布结构呈现以下规律性: 农业从业人员比重逐年下降; 服务业比重逐年上升; 工业比重略有变化、总

体呈小幅上升趋势。值得注意的是，自 1994 年起中国服务业从业人员比重首次超过了工业。服务业在增加就业机会、吸收富余劳动力（特别是农村富余劳动力）方面发挥着越来越大的作用。

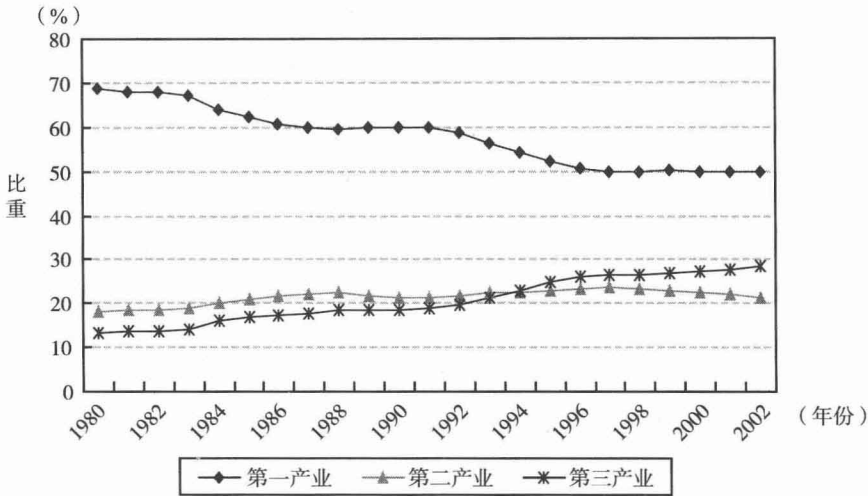


图 1-3 我国三次产业就业比重的变化情况曲线

总体来说，中国目前的产业结构变化基本符合世界范围的产业结构演变规律，即农业比重下降，而工业、服务业比重上升。从增加值的比重变化上看，中国产业结构在 20 世纪 80 年代中期发生了标志性的变化——服务业比重于 1985 年开始超过农业，国民经济总量增长从主要由农业、工业带动转为主要由工业、服务业带动。按可比价计算，在 1990~2001 年 GDP 年均增长的 9.3% 中，有 5.8 个百分点来自工业的贡献，2.5 个百分点来自服务业，1.0 个百分点来自农业。

与此同时，中国的服务贸易取得快速发展。2002 年进口总额为 465 亿美元，比上年增长 21%，出口总额 373 亿美元，增长 20%。2003 年上半年，中国服务贸易进一步发展，但服务贸易进出口增速均有所回落，服务贸易进口的增速快于服务贸易出口的增速。同年上半年中国服务贸易规模到达 447.12 亿美元，同比增长 10.3%。其中，服务贸易出口 192.19 亿美元，增长 6.2%；服务贸易进口 254.93 亿美元，增长 13.3%。运输、保险和技术咨询等收支规模大幅上升，增速均达到 40% 以上，但受“非典”的影响，旅游收入和支出自 1989 年以来首次出现下降。

加入 WTO 后，中国服务业市场进一步开放，服务业的外国直接投资也持续增长。2003 年 1~10 月中国服务业领域新设立外国投资企业 8 110 家，实际使用外资金额 105.17 亿美元，同比增长 6.97%，占同期全国吸收外国直接投资实际使用外资金额的 24.15%。

四、目前我国服务业发展的困境

虽然近二十年来中国在服务业和服务贸易发展方面取得一些进步，但是仍然面临严峻的挑战。这些挑战主要体现在：

1. 我国服务业的基础仍然薄弱。中国作为一个发展中大国，与世界大部分国家相比，中国服务业增加值在 GDP 中所占比重偏低，而且内部结构不合理。目前，绝大部分发达国家的这一比重在 60% ~ 80%，发展中国家平均水平也达到 50%，而中国 2002 年这一比重仅为 33.7%。

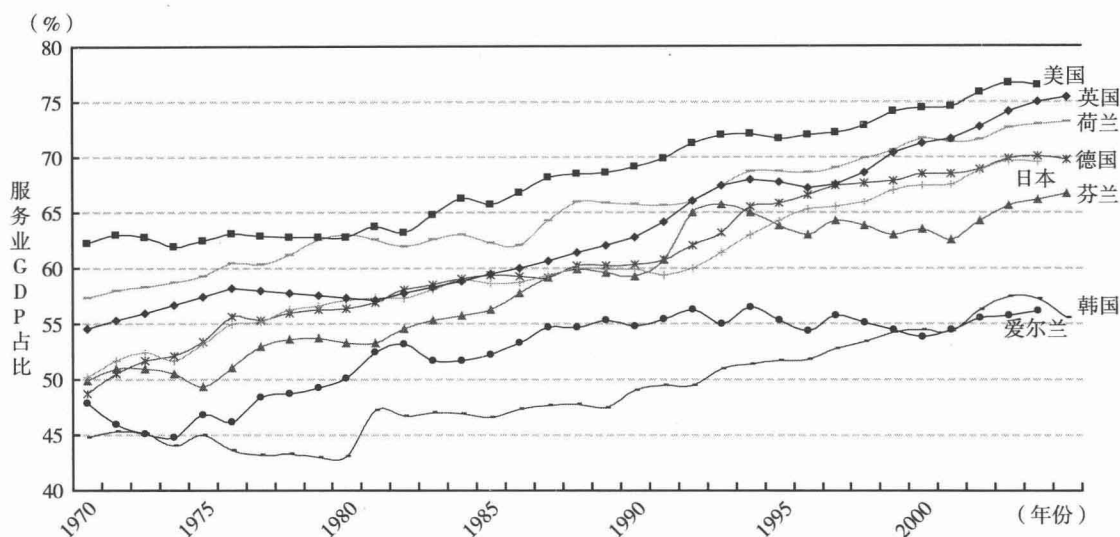


图 1-4 国际发达国家服务业占 GDP 比例

资料来源: OECD Factbook 2006, XEconomic, environmental and Social Statistics.

表 1-2 中国与国际发达国家及地区服务业所占 GDP 的数据对比 单位: %

国家及地区	服务业占名目 GDP 比重 (2004 年)	就业人数比重 (2004 年)
中国香港	87.0	81.4
美国	76.6	75.6
德国	72.5	65.6
法国	72.0	72.5
英国	69.0	74.6
日本	68.3	67.1
中国台湾	73.56	58.27
新加坡	63.0	75.1
韩国	62.2	72.1
中国	32.3	38.3

资料来源: IMD, The World Competitiveness Yearbook (2005).

从服务业内部结构看，发达国家主要以信息、咨询、科技、金融等新兴产业为主，而中国仍以传统的商业、旅游和运输等为主，2003 年上半年旅游、其他商业服务和运输项目依旧是服务贸易的主要收入来源，收入分别为 73.31 亿美元、54.77 亿美元和 35.42 亿美元，分别占服务贸易总收入的 38%、28% 和 18%，合计占服务贸易收入的 84%。一些基础性服

务行业（如邮电、通信）和新兴服务业（如金融保险、信息、咨询、科技等）仍然发育不足。

2004年，中国对第三产业内部行业分类标准进行了调整，虽然服务业内部子行业增加值占第三产业增加值的比重有所增加，但依然发展缓慢。

表 1-3 2004~2007 年中国服务业内部就业结构的变化情况

服务业分类统计	2004 年	2005 年	2006 年	2007 年
生产性服务业	36.12	36.60	37.76	39.31
科学研究、技术服务和地质勘查业	2.73	2.79	2.84	2.82
交通运输、仓储和邮政业	4.41	14.76	14.73	14.25
金融业	8.35	8.59	10.02	12.83
信息传输、计算机服务和软件业	6.56	6.49	6.29	5.78
租赁和商务服务业	4.07	3.97	3.87	3.63
消费性服务业	39.92	39.63	39.50	39.17
批发和零售业	19.29	18.43	18.26	18.16
住宿和餐饮业	5.68	5.71	5.66	5.34
居民服务和其他服务业	3.84	4.26	4.18	3.85
房地产业	11.11	11.23	11.41	11.82
公共服务业	23.96	23.77	22.74	21.52
水利、环境和公共设施管理业	1.19	1.16	1.11	1.06
教育	7.58	7.70	7.29	7.01
卫生、社会保障和社会福利业	4.06	4.00	3.79	3.66
文化、体育和娱乐业	1.62	1.62	1.56	1.46
公共管理和社会组织	9.51	9.30	8.98	8.32

从表 1-3 可以看到，在 2004~2007 年的四年间，生产性服务业的比重略有增长，而消费性服务业和公共服务业的比重略有减少。无论是生产性服务业、消费性服务业，还是公共服务业增加值比重的变化幅度都不大。因此，服务业内部各子行业的发展比较缓慢。

特别是在 2004~2007 年间，教育、卫生、社会保障和社会福利业、水利、环境和公共设施管理业等大部分具有公益性质的行业的增加值比重一直是下降的。中国经济快速增长的过程中，公益部门的发展不仅缓慢，而且滞后于 GDP 的增长。

因此，服务业还没有成为产业增长的主体。传统部门和一般产业仍是带动服务业增长的主要力量，传统的仓储与交通运输业、批发和零售、住宿餐饮业和邮电通信业等仍占服务业的很大比重，而且增加值较大。其中，批发零售业 2005 年增加值是 13 966.2 亿元，2008 年为 26 182.3 亿元。同时，与现代产业相联系的资金和技术密集型的金融保险、信息咨询、商务服务业等专业服务发展明显不足，增速较慢，服务业与制造业的相互渗透和相互关联程度较低。我国服务业发展的总体结构性滞后与总量扩张缓慢相互交织，共同制约了服务业发展。

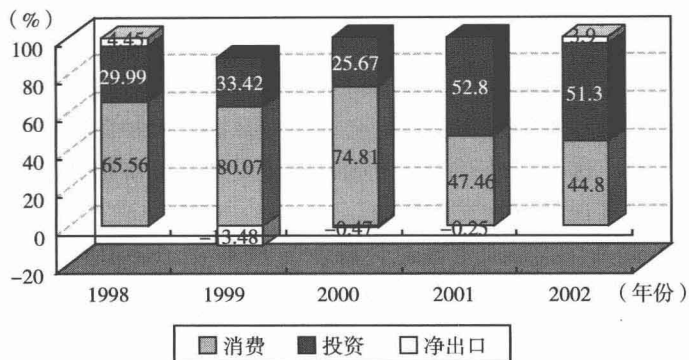


图 1-5 服务业的 GDP 增长情况

2. 中国服务贸易出口仍然受到限制。中国的服务贸易长期以来一直处于逆差状态，2002 年全年逆差达到 92 亿美元，占全部服务产品出口额的 24.4%，2003 年上半年更达到 62.75 亿美元，同比增长 43%。这一方面说明中国经济增长需要更多更好的服务，另一方面也表明，中国在许多具有相对优势的服务领域开拓国际市场方面仍然遇到障碍，例如，在国际劳动力移动方面，中国与其他发展中国家一样受到来自于发达世界的种种限制，由于发达国家在自然人移动方面缺乏有商业意义的承诺，这在很大程度上影响了发展中国家根据自身相对优势发展服务产业。

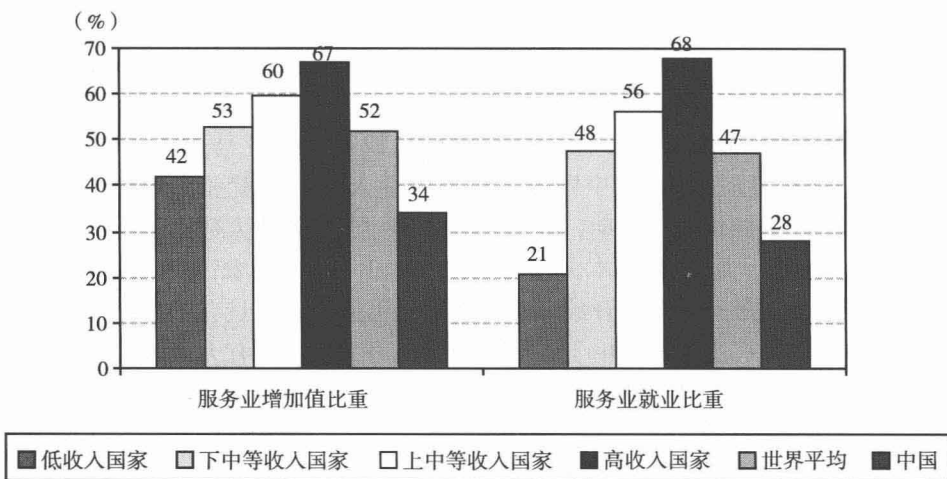


图 1-6 世界服务业比重比较

3. 履行世贸承诺也给中国政府规划我国服务业发展带来了压力。中国加入世界贸易组织后在一定程度上给服务业发展带来机遇，但是作为发展中国家，由于国内法规不完善，并且中国的服务业基础薄弱，竞争能力较弱，给中国政府规划中国服务业发展带来更多挑战。市场开放和竞争给国家带来压力不仅体现在法律完善和调整上，还体现在行政管理成本的提高上；对国内企业来说某些方面的市场份额损失给其发展势必造成影响。以分销为例，根据专家预测，到 2004 年中国分销市场完全放开后，外资分销企业的市场

份额将超过整个市场份额的一半，中国国内分销由于经验和装备落后于外资企业，面临巨大挑战。

面对这些压力，中国服务业开放必须坚持在国家整体发展战略指导下，根据具体国情实施宏观调控，有计划、有步骤地进行。政府必须有效掌握为维护国内企业稳定发展和审慎监管必需的宏观调控手段，保证对外开放符合国家整体发展和经济繁荣。只有这样，在全球化过程中才能最大限度地实现自身的发展利益。

4. 技术含量有待提高。我国服务业总体技术含量不高，劳动生产率较低，科技对服务业的贡献率还有待进一步提高。2000年，美国、日本、欧盟的服务业从业人员人均生产率为6万美元以上，我国仅为2000美元左右。2006年中国统计年鉴显示：2005年我国服务业人均劳动生产率也只有3.16万元（约合3856美元）。从物流行业看，2008年，一项针对物流装备企业高层的调查活动显示：85%的高层认为我国的物流技术装备业与欧美相比还处于初级阶段，60%的高层认为阻碍中国物流装备业发展的核心是新技术、新工艺。

自主创新能力不强，制约着我国现代服务业的发展，如软件和信息服务业由于自主创新不足、缺乏核心技术，我国所提供的产品和服务基本处于产业链低端，经济效益很低，而且我国在服务业领域研发投入的不足，也在一定程度上影响了服务业创新能力的提高。目前，全球大部分国家的服务业研发费用比重正逐步扩大，特别是美国等发达国家，服务业研发费用比重上升的趋势更加明显。2000年，服务业活动在全部企业活动中所占的比重，澳大利亚为39.9%、美国为34.4%，而我国只有11.9%，远低于发达国家的30%的平均水平。

5. 就业人数中所占的比重太低。根据2009年《中国人口和就业统计年鉴》提供的国别比较数据，2007年24个国家或地区（包括美国、日本等发达国家和一些发展中国家）中，第一产业就业人数占总就业人数的比重排名前几位的分别是巴基斯坦（43.61%）、泰国（41.73%）、印度尼西亚（41.24%）、菲律宾（36.12%）和罗马尼亚（29.47%）。而按2008年《中国统计年鉴》，2007年中国第一产业就业人数占总就业人数的比例为40.8%，与上述国家相比，居第四位。而同期，发达经济体第一产业就业人数占总就业人数的比重则低得多，如英国、美国、德国和日本分别是1.37%、1.43%、2.25%和4.24%。从上述国别比较可以看出，中国虽然自改革开放以来经济增长迅速，就业量有了显著增长，一部分劳动力也转移到第二和第三产业，但由于农村富余劳动力太多，仍有大规模的人口要从第一产业中转移出来。即使中国人口不变，第一产业就业比重再下降一半，今后也仍有几亿人口要转移。

6. 地区发展不平衡。我国现代服务业的区域发展水平极不平衡，沿海和内陆一些大城市借助优越地理环境和政策优惠使现代服务业发展迅速，占GDP的比重不断提高。而西北、东北等地区服务业的发展十分滞后，严重影响了整体区域经济的发展。

北京、上海等大城市现代服务业生产总值远远高于东北和西北地区。2009年现代服务业生产总值最高的是北京9179.19亿元，上海次之，为8930.85亿元，而最低的宁夏仅有563.74亿元。不同地区间现代服务业发展失衡严重，一方面是因为基础设施差距大，另一方面是西部地区教育水平低，意识落后。比如，西安市近几年培育和扶持了一大批软件服务外包企业，软件服务外包企业的规模以平均每年超过35%的增长速度快速发展，而西安外包服务人才却不能满足现阶段和今后一个时期服务外包产业的需要。调查显示，今后几年西

安市软件服务外包人才缺口将达到 18 万人左右，其中基础性操作人才缺口约 13.5 万人。这种状况亟待改善，政府应加强地区间的协调发展。

7. 融资困难亟待改善。大多数服务企业由于规模小、信用低以及缺乏足够的抵押品等原因，很难从银行获得企业发展所需的贷款。在需要大量资金的现代服务行业如节能服务业，融资困难一直是制约行业发展的最大难题。在金融危机中，虽然文化创意产业呈现出逆势上扬的发展势头，但融资困难依然是制约其更快发展的首要难题。目前，国内大多数文化创意企业没有进行过资产评估，国内保险公司也没有针对性的评估体系，动漫创意等方面的无形资产评估也没有有效开展，使得文化创意企业常常因为无法提供足值抵押而难以获得银行贷款。在我国一些地方试点的知识产权质押贷款也开展地并不顺利，使得文化创意等企业很难通过版权等知识产权质押获得贷款。

8. 规模品牌有待提升。规模偏小、品牌效应差也是制约着我国现代服务业发展的重要原因，在服务外包领域，企业规模越大、品牌效应越高，越容易获得订单。我国大多数服务外包企业虽然发展迅速，但由于规模偏小、品牌效应不大，在国际竞争中处于不利地位，难以获得较大的订单。日本前五大外包公司占了本国外包业 51% 以上的份额，印度最大的服务外包企业 Infosys 拥有员工近 4 万人，年营业额达 70 亿美元，而我国目前大型外包企业的规模只有 3 000 ~ 6 000 人，大多数外包企业为 500 人以下的中小企业，与国外服务外包企业在规模和品牌效应上还存在较大的差距。

第二节 中国服务业发展需求及战略

一、我国服务业发展需求

进入 21 世纪以来，我国现代服务业发展迅速，从 2000 ~ 2008 年，服务业平均增速为 10.5%。现代服务业已经成为全社会固定资产投资的主阵地，其从业人员规模不断扩大，从业人员的比重不断提高。服务业发展的需求来自于社会发展及人民生活的需求，主要表现在以下方面：（1）居民消费结构的全面升级对流通服务业发展的要求；（2）工业化中期阶段，经济快速发展和结构调整对流通服务业发展的要求；（3）城市化快速推进对流通服务业发展的要求；（4）市场化进程的推进对流通服务业发展的要求；（5）落实科学发展观和构建和谐社会的对流通服务业发展的要求；（6）经济全球化的发展对中国流通服务业发展的要求。

由于目前正出现服务业向发展中国家二次产业转移，使中国服务业在未来 15 年将面临较好的发展机遇。一项战略研究结果显示，中国服务业占 GDP 比重 2010 年能达到 39.3%，就业比重达 40%，2020 年能分别达到 48.2% 和 51%。其中，物流与营销、人力资源开发、软件和信息服务业、金融服务、会计、审计、律师等服务所占比例会越来越高。

二、我国服务业发展战略

加快发展现代服务业已成为国家发展的战略重点。党的十五大第一次提出了现代服务业的概念；党的十六大明确指出要“加快发展现代服务业”；中央“十一五”规划进一步提出

要“积极承接现代服务业等产业转移”，“引导外资更多地投向现代服务业等领域”；为了保证一个产业的健康有序发展，政府的战略性调控至关重要。2001年年底中国政府颁布了《关于“十五”期间加快发展服务业若干政策措施的意见》。这是自1992年《关于加快发展第三产业的决定》颁布以来，中国政府第二次专门就服务业发展颁布的全面性政策性文件。该文件从12个方面对中国服务业的发展做出明确规划：（1）优化服务业行业结构；（2）扩大服务业就业规模；（3）加快企业改革和重组；（4）放宽服务业市场准入；（5）有步骤地扩大对外开放；（6）推进部分服务领域的产业化；（7）促进后勤服务的社会化；（8）鼓励中心城市减少工业企业用地比重，提高服务业用地比重；（9）加快服务业人才培养；（10）多渠道增加服务业投入；（11）扩大城乡居民的服务消费；（12）加强服务业的组织领导。根据规划，从2001年到2005年，中国服务业产值年均增长7.5%左右，占GDP的比重将由2000年的33.2%提高到36%；服务业从业人员将年均增长4%以上，占全社会从业人员的比重将由2000年的27.5%提高到33%。

在第十一个“五年计划”中，国务院提出了“十一五”中国商业服务业发展的主要任务：（1）扩大市场规模和容量；（2）推进现代流通方式发展；（3）增强流通主体竞争力；（4）加强农村市场体系建设；（5）促进国内贸易区域协调发展；（6）发展多样化的生产生活服务业；（7）深化流通体制改革；（8）建设统一开放、竞争有序的现代市场体系。

为了促进服务业更快、更好地发展，2006年，《国家中长期科学和技术发展规划纲要》设立了信息产业与现代服务业领域，并把“现代服务业信息支撑技术及大型软件”和“数字媒体内容平台”作为优先主题。2007年国务院出台的《关于加快发展服务业的若干意见》和党的十七大报告，都对大力发展现代服务业提出了明确的要求。

2008年国务院下发了《国务院办公厅关于加快发展服务业若干政策措施》，从八个角度提出了二十三条政策措施：（1）加强规划和产业政策引导；（2）深化服务领域改革；（3）提高服务领域对外开放水平；（4）大力培育服务领域领军企业和知名品牌；（5）加大服务领域资金投入力度；（6）优化服务业发展的政策环境；（7）加强服务业基础工作；（8）狠抓工作落实和督促检查。以促进“十一五”时期服务业发展主要目标的实现和任务的完成。

2010年国务院再次颁发了《国务院办公厅关于发展家庭服务业的指导意见》，从细化的角度，提出大力发展家庭服务业，增加就业、改善民生、扩大内需、调整产业结构。

据IUD领导决策数据分析中心报道：目前“全国居民服务人员缺口达1000万人”。按照国际惯例，当一个国家或者地区人均可支配收入达到1000美元时，居民对家庭服务需求激增，家庭服务业进入迅猛上升阶段。近期发布的全国发展家庭服务业促进就业工作座谈会报告显示，我国家庭服务业年营业额已达1600亿元，成为扩大内需、增加就业的“主力军”。目前，全国已有家庭服务企业 and 网点50多万家，从业人员1500多万人，大致有20多个门类200多种服务项目，涉及家务劳动、家庭护理、维修服务、物业管理等人们日常生活的各个方面。而2010年9月1日，国务院总理温家宝主持召开国务院常务会议，研究部署发展家庭服务业的政策措施，计划到2015年形成基本适应社会需求的家庭服务市场，到2020年建立比较健全的，惠及城乡居民的家庭服务体系，在2009年的基础上，新增就业1000万人以上。这些文件的出台标志着加快发展现代服务业已成为新时期国家发展的战略重点之一。

《国务院办公厅关于加快发展服务业若干政策措施》

(国办发〔2008〕11号)

一、加强规划和产业政策引导

(一) 抓紧制定或修订服务业发展规划。各地区要根据国家服务业发展主要目标, 积极并实事求是地制定本地区服务业发展规划, 提出发展目标、发展重点和保障措施。经济较发达的地区可以适当提高发展目标, 有条件的大中城市要加快形成以服务经济为主的产业结构。各有关部门要抓紧制定或修订相关行业规划和专项规划, 完善服务业发展规划体系。各地区、各有关部门都要把服务业发展任务分解落实到年度工作计划中。发展改革委要会同有关部门抓紧研究制定服务业发展考核体系, 在条件具备时, 定期公布全国和分地区服务业发展水平、结构等主要指标。

(二) 尽快研究完善产业政策。发展改革委要会同有关部门依据国家产业结构调整的有关规定, 抓紧细化、完善服务业发展指导目录, 明确行业发展重点及支持方向; 要根据服务业跨度大、领域广的实际, 分门别类地调整和完善相关产业政策, 认真清理限制产业分工、业务外包等影响服务业发展的不合理规定, 逐步形成有利于服务业发展的产业政策体系。各地区要立足现有基础和比较优势, 制定并细化本地区服务业发展指导目录, 突出本地特色, 并制定相应政策措施。

二、深化服务领域改革

(三) 进一步放宽服务领域市场准入。工商行政管理部门对一般性服务业企业降低注册资本最低限额, 除法律、行政法规和依法设立的行政许可另有规定的外, 一律降低到3万元人民币, 并研究在营业场所、投资人资格、业务范围等方面适当放宽条件。对法律、行政法规和国务院决定未做规定的服务企业登记前置许可项目, 各级工商行政管理机关一律停止执行。加大铁路、电信等垄断行业改革力度, 进一步推进投资主体多元化, 引入竞争机制。继续稳妥推进市政公用事业市场化改革, 城市供水供热供气、公共交通、污水处理、垃圾处理等可以通过特许经营等方式委托企业经营。认真做好在全国范围内调整和放宽农村地区银行业金融机构市场准入政策的落实工作。教育、文化、广播电视、社会保障、医疗卫生、体育、建设等部门对本领域能够实行市场化经营的服务, 抓紧研究提出放宽市场准入、鼓励社会力量增加供给的具体措施。

(四) 加快推进国有服务企业改革。国资委要会同有关部门积极推动国有服务企业股份制改革和战略性重组, 将服务业国有资本集中在重要公共产品和服务领域, 鼓励中央服务企业和地方国有服务企业通过股权并购、股权置换、相互参股等方式进行重组, 鼓励非公有制企业参与国有服务企业的改革、改组、改造。继续深化银行业改革, 重点推进中国农业银行股份制改革和国家开发银行改革, 强化中国农业银行、中国农业发展银行和中国邮政储蓄银行为“三农”服务的功能。

(五) 推进生产经营性事业单位转企改制和政府机关、事业单位后勤服务社会化改革。主要从事生产经营活动的事业单位要转制为企业, 条件成熟的尽快建立现代企业制度。中央编办会同财政部、人事部等部门抓紧制定和完善促进生产经营性事业单位转企改制的配套政