

〔日〕 日下公人 著

李赶顺 李永连 译

八十年代的发展产业 —— 第三产业

河北人民出版社

八十年代的发展产业 ——第三产业

〔日〕日下公人 著

李赶顺 李永连 译

河北人民出版社

八十年代的发展产业——第三产业

〔日〕日下公人 著

李赶顺 李永连 译

河北人民出版社出版（石家庄市北马路45号）

河北新华印刷一厂印刷 河北省新华书店发行

787×1092毫米 1/32 6.625印张 126,000字 印数：1—2,500 1986年4月第1版
1986年4月第1次印刷 统一书号：4086·201 定价：0.78元

前 言

文化与产业的界线是互为交叉的，这一点迄今为止一直为许多人士所忽略。在现实生活中，文化与产业是深深交织在一起的。即使在历史上，在二者的交错领域里也不断创造出新的文化和新的产业。但是，在专门分化显著的现代社会里，那些被称为文化人的人们，从狭义的角度去理解文化，认为与产业交错的文化不是文化；而以经济为自负的人们，则从狭义的角度去理解经济，将与文化交错的产业看成是谎花产业。

我认为这种认识或许是发展中国家的一种宿命现象。美国人和英国人在自认为自己是处于发展中国家的阶段时，也曾经有过这样的认识。而且这种认识对追赶发达国家来说也是必要的和有效的。日本在迄今为止的一百多年里，也是持这样一种认识的。只是，今天的日本，正如东京最高级首脑会谈所象征的那样，已经摆脱了发展中国家的阶段而进入了发达国家的行列。由此，对事物的认识也必须要随之变化，否则就是可笑的了。

所谓发达国家，就是指处于文化和经济发展的交错阶段，它既是文化先导国，同时也是产业先导国。不过，话虽如此，由于长期以来我国一直是处于发展中国家的阶段，故对其具体认识尚是模糊的。

自亚当·斯密以来的正统经济学，由于同样也是以发展中国家的情况为前提去解释不包括文化在内的各种狭隘经济现象的，所以依靠正统的经济学理论，也是得不到答案的。即在目前世界上，尚未出现这样一种新的理论模式。那么，今后日本必须要建树的新理论究竟应该是个什么样的模式呢？

对于这种新理论的必然性和可能性的认识，今后虽然还会有各种议论，但是唯一可以依赖的，就是日本的中小企业和年轻人已经将其交错领域作为自己的活动舞台，并走上了充分发展的轨道。如果再详细探讨一下在文化和产业的交错领域里，究竟是什么因素在发挥作用的话，那么由此就会得出一种新的理论模式。对究竟什么是第三产业的争论，首先应该从了解现实入手，不能因为从以往的经济理论中找不到依据以及未被日本经济的发展过程所证实，就认为未来是不存在的。

日本确实是个了不起的国家，但必须要改变在理论方面的落后状态。目前已经有许多人在这个领域里开始活动了。他们拟从观察在交错领域中创造新文化活动和创造新产业活动二者并存的实际情况出发，去理解八十年代的日本经济。

本书正是从这个意义上，在产业界拟具体地逐项进行探讨尝试，虽然尚未得到较高的评价，可是在前人未曾走过的新领域中，各种产业已经获得了重大发展。

本研究自1974年3月至11月，先后在日本经济新闻上连载三十五次。借此机会，谨对筹划和推动这一连载的日本经济新闻社的富樫敏氏、中根正节氏、长期信用银行的塚本

法实氏以及对本研究给予了大力协助和指导的各文化产业公司，及其以日本长期信用银行会长为首的诸位致以衷心地谢意。

今后，希望有更多的人来进行这种尝试，使其作为脱工业化时代的产业理论之一能够日臻完善。这一点也是与诞生出以日本为出生地的经济学和产业论息息相关的。

日下公人

一九八〇年三月

译者序

“第三产业”是八十年代日本的发展产业之一，已经成了促进日本经济发展的重要产业。这一现象，不只是限于日本，而是所有发达国家的共同现象。也就是说不论哪个国家，当从发展中国家的阶段摆脱出来而进入发达国家的阶段以后，都会出现这种现象。这一点，已为各发达国家的历史进程所证实。

目前，我国尚处于发展中国家的阶段。但是，经过全体炎黄子孙的卓越努力，在不久的将来，我国一定会跻身于发达国家的行列。为了尽快更好地迎来这一转变，我们不仅要在实践方面做出艰苦卓绝的努力，而且还要在理论方面有所建树。只有这样，我们事业的发展才能事半功倍。

尽管日本与我国的社会制度不同，国情也各异，但是作为促进社会经济发展的某些基本规律却是一致的。因此，研究和借鉴日本经济的发展经验，对我国的经济发展无疑是会有所裨益的。为此，我们将《日本经济新闻社》出版的《八十年代的发展产业——第三产业》一书奉献给国人，以资借鉴。

《八十年代的发展产业——第三产业》一书是日本长期信用银行的顾问日下公人先生所著。日下公人先生1930年出生于日本兵库县，1955年毕业于东京大学经济学部，主要著

作有《开拓者》、《住宅产业》、《新文化产业论》等等，是研究日本经济的权威人士之一。《八十年代的发展产业——第三产业》一书于1980年问世，到1982年就发行了五版，在日本是有一定影响的。本书就是根据1982年第五版译出的。

《八十年代的发展产业——第三产业》一书主要阐述了日本在进入发达国家的行列以后，新兴的第三产业在日本经济发展中的地位和作用，并对传统的资产阶级经济理论有一定的突破。文中用大量事实批驳了忽视第三产业的思想，指出第三产业对发达国家的经济发展起着重要作用。正如日下公人先生在该书的前言中所指出的：“所谓发达国家，……既是文化先导国，同时也是产业先导国。”这一观点无疑是正确的。马克思主义认为，在建设高度物质文明的同时，必须建设高度的精神文明，二者相辅相成，缺一不可。那么，通过阅读《八十年代的发展产业——第三产业》一书，也一定会从中获得如何去建设社会主义物质文明和精神文明的某些启示，并开阔我们的视野。他们在发展第三产业上的某些作法，对我们也有很大的参考价值，当然有些做法不一定符合我国的情况，只能供参考。

本书序章和第一、二、三章，由李赶顺同志译出；第四、五、六章和尾章由李永连同志译出。全文由李永连同志审校。鉴于中日两国国情有所不同，个别地方有所删减。限于水平，不当之处，敬请读者批评指正。

译者

一九八五年四月

目 录

序章 进入第三产业时代	(1)
第一节 产业结构处于变革时期	(1)
一、在经济萧条中也有增收增益的企业.....	(1)
二、非工业企业是谎花产业吗.....	(2)
三、从优先工业化的认识中解放出来.....	(3)
四、非主流产业逐渐走向繁荣.....	(3)
五、优质的第三产业供不应求.....	(4)
第二节 按目的进行产业分类	(5)
一、应根据消费动机来进行分类.....	(5)
二、对事业发展有指导作用.....	(6)
三、利用新的产业分类去进行观察.....	(7)
四、对上街动机的唯一研究.....	(8)
五、商店已经获得了利益.....	(9)
第三节 发展中的服务工业化	(9)
一、生产和服务一体化.....	(10)
二、最近的情绪化也有其明显的特征.....	(11)
三、打破了惯例的供给体制.....	(12)
四、与成本无关的价格决定.....	(12)
第一章 闲暇生活	(14)
第一节 生涯学习产业	(14)
一、已经来临的生涯教育时代.....	(14)

二、大规模化和联合化	(16)
三、官民合作共同举办教养讲座	(17)
第二节 嗜好产业	(18)
一、其他产业也开始介入	(18)
二、消费型的嗜好占压倒优势	(19)
三、用廉价的支出来享受自由时间	(21)
第三节 体育产业	(23)
一、超过一兆一千万日元的市场规模	(23)
二、棒球既占压倒优势又具有多样化	(24)
三、游泳池的利用者逐年增加	(25)
四、钓鱼工具的销售额达一千万日元	(25)
五、需求很大,今后也大有潜力	(26)
第四节 函授教育产业	(27)
一、以收入提高和闲暇增加为背景	(27)
二、参加函授教育人员的年龄结构也发生了变化	(28)
三、文部省函授教育课程数增加	(29)
四、“民函”的势力占压倒优势	(30)
五、学费半年为二万至四万日元	(30)
第五节 音乐产业	(32)
一、音乐产业的收入猛增	(32)
二、钢琴生产占世界首位	(32)
三、电子乐器的开发	(36)
第六节 出版产业	(37)
一、庞大的出版产业	(37)
二、江户时代的图书商	(38)
三、趣味性出版物占十分之三	(39)
四、中年人 not 读书吗?	(40)

第二章 减轻家务劳动	(42)
第一节 取代家务劳动的产业	(42)
一、强烈要求节省时间和劳动	(42)
二、迅速发展的送菜上门产业	(43)
三、有待开发的可能性很大	(45)
四、发展较快的婴幼儿保育业	(45)
五、饭店也开设保育室	(46)
第二节 外餐产业	(47)
一、销售额达十兆日元	(47)
二、家计中的外餐化倾向日趋加强	(47)
三、引进美国式的经营技术	(48)
四、服务行业工业化的典型事例	(49)
第三节 食品加工	(51)
一、对饮食生活的需求发生了变化	(51)
二、因娱乐化和简便化而促进了 食品加工业的发展	(52)
三、急剧发展的冷冻食品	(52)
四、业务用加工食品每年也以百分之十的 速度在发展着	(53)
五、以高级化来应付进口压力	(54)
第四节 家庭团圆产业	(56)
一、不断减少的家庭内团圆	(56)
二、近年来家庭成员之间的交往受到了重视	(57)
三、父母和孩子共同性的娱乐有所增加	(58)
四、千方百计下功夫于家庭团圆的企业	(58)
五、关键要使所有的家庭成员都得到满足	(59)

第五节 新农业	(60)
一、自然食品热	(60)
二、农业型娱乐	(61)
三、克服了战后以 来 的粮食困难问题	(62)
四、新的农业需要新的专业知识	(63)
第三章 使生活更加丰富多彩	(66)
第一节 函售	(66)
一、函售畅销商品的种类有所增加	(66)
二、下功夫和努力去发展函售业	(67)
三、开始重视函售商标的作用	(68)
四、销售额与外国相比仍然较低	(68)
五、在函售中有很多商品领域	(69)
第二节 自动售货机的服务业	(70)
一、自动售货机的生产台数逐年增加	(70)
二、性能显著提高, 故障减少	(72)
三、今后自动售货机服务业所面临的课题	(74)
四、附加价值大的机种有所增加	(75)
第三节 大型零售业	(76)
一、流通革命的旗手——超级市场	(76)
二、百货公司也具有牢固的基础	(77)
三、扩大经营范围	(78)
四、百货公司经营高级商品的比重有所上升	(79)
第四节 专门店	(80)
一、专门店的定义尚不明确	(80)
二、专门店销售额的增长率连续四年下降	(80)
三、与百货公司等竞争日趋激化	(82)

四、以降价五成为武器的专门店·····	(83)
五、按批发价格进行销售·····	(83)
第五节 广告产业 ·····	(84)
一、广告费达一兆九千日元·····	(84)
二、广告产业也经过了一个转折时期·····	(85)
三、以举办娱乐活动去进行广告宣传·····	(87)
四、公共广告将受到重视·····	(87)
第四章 交往扩大 ·····	(90)
第一节 交际产业 ·····	(90)
一、交际费比 1972 年增长二点九倍 ·····	(90)
二、重点正在向个人之间的馈赠方向转变·····	(91)
三、大型超级商场也打了进来·····	(94)
四、私人之间的交往比重有所增加·····	(96)
第二节 城市型娱乐 ·····	(96)
一、特点是男子占多数·····	(96)
二、在国民中间扎下了根的赛马活动·····	(97)
三、尚有发展潜力的麻将馆·····	(98)
四、要优先考虑消费者的需要·····	(99)
第三节 恋人产业 ·····	(101)
一、形形色色难以掌握·····	(104)
二、要配合恋人们的行动·····	(105)
三、在任何时代都有一定数量存在·····	(106)
第四节 美容产业 ·····	(107)
一、美容市场约达五千万人以上·····	(107)
二、系列化的动向突出·····	(108)
三、化妆品转为稳定增长·····	(109)

四、美容器具将会大幅度增加·····	(110)
第五节 旅游业 ·····	(111)
一、居住型旅游和海外旅游有所增加·····	(111)
二、以运动和增加教养为目的·····	(112)
三、占个人消费开支的一成·····	(113)
四、1990年将达到四十二兆日元·····	(113)
第六节 服装产业 ·····	(115)
一、顾客更满足于奢侈型·····	(115)
二、流行周期与商品·····	(116)
三、服装费的国际比较·····	(116)
四、退换制度的功绩·····	(118)
第五章 创造舒适的环境 ·····	(120)
第一节 空间消费型产业 ·····	(120)
一、希望能住上更宽敞的住宅·····	(120)
二、迅速扩大的闲暇空间·····	(121)
三、家具和家用电器小型化·····	(122)
四、很难计算出其市场规模·····	(122)
五、要求经营者思维敏捷·····	(123)
第二节 城市旅馆 ·····	(124)
一、建设旅馆热·····	(124)
二、脱住宿型的动向突出·····	(125)
三、附属设施多样化·····	(127)
四、最重要的是要培养旅馆服务员·····	(128)
第三节 住宅外部设施产业 ·····	(129)
一、市场规模达三千亿日元·····	(129)
二、七十年代以后发展迅速·····	(130)

三、受建筑住宅热的影响·····	(131)
四、最近两、三年竞争过度·····	(132)
第四节 高级公寓住宅·····	(133)
一、公寓住宅占住宅市场的百分之十·····	(133)
二、1967 年以后迅速发展·····	(134)
三、需要阶层转向四十岁以下的年轻阶层·····	(135)
四、供给能力有所扩大·····	(136)
五、分期付款的价格上涨也是一个问题·····	(137)
第五节 礼仪用品产业·····	(138)
一、重视礼仪, 不惜花费·····	(138)
二、价格是由非合理因素决定的·····	(139)
三、大的葬祭商家百货公司化·····	(140)
第六节 长寿产业·····	(142)
一、世界上屈指可数的长寿国·····	(142)
二、努力使医院经营合理化·····	(143)
三、发展中的医药品和 ME 器械·····	(146)
四、发展中的健康产业·····	(147)
第六章 为企业活动服务·····	(148)
第一节 社会情报产业 (一)·····	(148)
一、设置金额仅次于美国·····	(148)
二、对生产发展做出了巨大贡献·····	(149)
三、国家也采取了各种促进国产化政策·····	(150)
四、向分散处理方式过渡·····	(150)
五、国产品的海外输出也有所发展·····	(152)
第二节 社会情报产业 (二)·····	(153)
一、目前仍在继续迅速发展的技术进步·····	(153)

二、以国家政策的转变为契机·····	(153)
三、五年期间平均每年递增百分之四十三·····	(154)
四、产品性能大大提高·····	(155)
五、将所有通讯集中于终端装置·····	(157)
第三节 业务代行业·····	(158)
一、在许多领域都出现了业务代行业·····	(158)
二、增长率很快的警备保卫业·····	(159)
三、医疗方面的特殊检查也有迅速发展·····	(160)
四、情报质量决定调查代行业的胜败·····	(160)
第四节 节能产业·····	(161)
一、很容易实现的废能利用·····	(161)
二、在生产和消费阶段也可以节约·····	(162)
三、技术革新也会出现迅速的发展·····	(164)
四、以回收废物的方法为课题·····	(165)
第五节 工程产业·····	(166)
一、诞生于欧美各国·····	(166)
二、因国情不同,我国的发展落后于欧美·····	(167)
三、专业企业约达四百家以上·····	(168)
四、因不景气和日元上涨影响了发展·····	(170)
第六节 事务机械·····	(172)
一、未受萧条影响而获得了持续发展·····	(172)
二、台式电子计算机重点转向多机能化·····	(174)
三、以终端机化为目的的货币记数机·····	(175)
四、加强了印刷机械功能的复印机·····	(175)
第七节 租赁产业·····	(177)
一、本年度的增长又超过了百分之二十·····	(177)

二、总的来说渗透度还较低·····	(179)
三、租赁内容范围扩大·····	(179)
四、逐渐向海外扩大·····	(181)
尾章 创造文化型的产业构造 ·····	(183)
第一节 需求的细分化明显 ·····	(183)
一、基本需求已经满足·····	(183)
二、企业之间出现较大的差距·····	(184)
三、只有有特点的零售业才会有所发展·····	(185)
四、根据消费动机进行产业分类·····	(186)
第二节 对其它产业也有很大的刺激 ·····	(187)
一、仅仅是服务业的繁荣吗? ·····	(187)
二、非制造业领域的技术革新·····	(189)
三、对制造业也提出了新的需求·····	(189)
四、是促进经济发展的动力源泉·····	(190)
五、不需要保护, 具有旺盛的生命力·····	(191)