



普通高等教育“十一五”国家级规划教材



高等院校电子商务专业规划教材

现代服务学导论

李琪 主编
汤兵勇 彭丽芳 副主编

The Knowledge Intensive
Business Service



机械工业出版社
China Machine Press

本书讲述了现代服务学的基本原理、服务业发展的基本规律、现代服务的共性技术与共性服务，并讲述了现代服务的战略和策略层面的应用。本书的讲解清晰透彻，并配有大量图表，以帮助读者理解和巩固所学的知识。

本书既适合作为高校经济类、管理类博士研究生、硕士研究生及电子商务专业本科前沿类课程教材，也适合从事现代服务行业实践和理论研究的各界人士阅读。

版权所有，侵权必究

本书法律顾问 北京市展达律师事务所

图书在版编目（CIP）数据

现代服务学导论 / 李琪主编. —北京：机械工业出版社，2008.2

（高等院校电子商务专业规划教材）

ISBN 978-7-111-22976-6

I. 现… II. 李… III. 商业服务—高等学校—教材 IV. F718

中国版本图书馆CIP数据核字（2007）第189050号

机械工业出版社（北京市西城区百万庄大街22号 邮政编码 100037）

责任编辑：程 琨 版式设计：刘永青

北京市慧美印刷有限公司印刷 · 新华书店北京发行所发行

2008年2月第1版第1次印刷

184mm×260mm · 14.25印张

标准书号：ISBN 978-7-111-22976-6

定价：32.00元

凡购本书，如有缺页、倒页、脱页，由本社发行部调换

本社购书热线：（010）68326294

投稿热线：（010）88379007

作者简介



李 琪

西安交通大学教授、博士生导师。现任西安交通大学经济与金融学院副院长（主管科研、外事和实验室建设）、西安交通大学电子商务研究所所长、中国信息经济学会电子商务专业委员会主任、中国国家教育部电子商务专业教学指导委员会副主任、中国国家教育部学科发展与专业设置专家委员会委员、陕西省电子商务与电子政务重点实验室主任、全国高校电子商务与电子政务联合实验室主任、中国电子商务协会学术委员会主任、《电子商务研究》期刊专家委员会主任、IJBPM编辑，IEEE《网络服务研究》（美国）国际评阅人、ICEC（国际电子商务中心）中国中心主任。

李琪教授从1992年以来历任北京先锋集团电算会计总顾问、北京商友商务有限公司（CGOS）电子商务顾问、深圳讯业集团（COL）电子商务顾问、中国邮电部国家数据通信总局电子商务顾问、北京医商网电子商务顾问以及西安信息港首席顾问等职务。多年以来主要从事信息技术在经济领域应用、电子商务理论、电子商务对策、电子商务项目分析和策划、中外电子商务比较、电子政务理论、电子政务对策、电子政务项目的分析与策划、中外电子政务比较等多方面的教学、科研和实践工作。李琪教授在中国现代商务服务领域具有多项创新成果：1997年获得国内第一个电子商务研究博士学位，出版了国内第一部电子商务专著《中国电子商务》，组建了国内第一个电子商务研究所，获得第一个电子商务专业教授职称。1996年在博士论文中首次提出“电子商务是新的先进生产力”的论述，并被《人民日报》报道，在2003年的国际学术会议上，首次提出“电子商务商务链模式”，被学术界认为是继供应链之后更高层次的商务服务共性模式；2005年在北京“IBM服务科学学术研讨会”会上首次提出“服务学”的理念，获得同行专家及IBM公司专业研究人员的认同和积极响应。2005年担任国家科技部“‘十一五’国家现代服务业专项共性服务技术支撑体系与应用示范工程实施纲要”专家组负责人，并且主持国家科技支撑计划项目现代服务业发展战略研究之“我国现代服务业中电子商务发展研究”子任务（项目编号：2006BAH02A36-009），2007年获得国家留学基金委员会“IBM教育开发基金”。本书就是作者基于以上研究的阶段性成果。

前言

在当今世界经济发达的国家中，服务业（第三产业）的产值已超过第一、第二产业产值之和，成为了国民经济和世界经济的重要动力和现代化的重要标志。在我国《国民经济和社会发展第十一个五年规划纲要》（简称《纲要》）里用了单独的一篇“加快发展服务业”（共分三章）来阐述这个问题，《纲要》明确指出：要大力发展现代服务业，要运用现代经营方式和信息技术改造提升传统服务业，提高服务业的比重和水平。自从1997年中央文件中明确提出“现代服务业”这个概念以来，关于现代服务业的理论探讨和实践运作就一直没停止过，这方面的著作也日渐增多。

伴随信息技术、科技知识的发展和运用以及在现代经济和管理体系的作用下催生并发展了现代服务业，现代服务业在服务业中的比重越来越高，从而使以现代服务业为研究对象的现代服务学，已经初步具备了相应的研究环境与条件。目前有关现代服务业的研究一部分偏重于实践运作，如服务规范、服务流程、服务营销等，另一部分则偏重于经济发展，如服务经济、服务产业等。而将现代服务学独立地作为一门学科进行研究尚无 precedents，本书首开先河，力求系统、科学、鲜明、概要地探讨现代服务学。

本书包含三篇，共12章。第一篇“基本理论与知识”由第1~4章组成。第1章为导论，从服务业的产生和现代服务学的浮现谈起，对现代服务学涉及的范畴进行了界定，分析了现代服务科学的学科特征和研究体系，突出了现代服务管理理念的出现；第2章介绍了现代服务学的基础，现代服务学构建于现代经济学、管理学和信息技术的基础之上，是一门交叉学科，现代服务学的经济学基础、管理学基础和信息技术基础形成了本章的总体框架；第3章构建了现代服务学的商务链架构，按照现代电子商务链所包含的环节和流程，形成现代服务商务链三维模型，并在此基础上进行了拓展和应用；第4章介绍了按需服务与面向服务的体系结构，现代服务呼唤一种随需应变的信息技术运行环境，这种环境可以极大地保证信息技术和信息系统对企业业务带来的价值。第二篇“基本技术与方法”由第5~8章组成。第5章分析了现代服务的共性技术与共性服务，按计算机技术、身份认证、系统安全等技术，形成面向业务的和面向主体的共性服务单元；第6章介绍了现代服务业政策、标准和示范工程，为现代服务的发展提供了保障；第7章阐述了现代服务系统的安全与保密，深入分析了现代服务的关键问题和“瓶颈”；第8章研究了服务管理应用的数学方法，阐述了需求预测模型、层次分析法和模糊综合评价法的基础知识，并介绍了这些数学方法在服务管

理中的相关应用实例。第三篇“基本应用与实践”由第9~12章组成。第9章为现代服务的商务应用,讨论在ERP和电子商务集成出现后人们如何利用先进生产力工具有效地获取实时数据;第10章研究现代服务市场营销,从战略和策略层面研究服务需求管理和服务需求满足的问题;第11章介绍了服务工程,关注如何根据服务的差异和服务部门的多样性有效地实施服务工程;第12章探讨了现代服务质量管理。

本书既适合作为高校经济类、管理类博士研究生、硕士研究生及电子商务专业本科前沿类课程教材,也适合从事现代服务行业实践和理论研究的各界人士阅读。我们在写作过程中力求理论与实践紧密结合,既注意国内与国外信息的融通,又兼顾知识复合、技能综合的要求,内容难易程度适中。讲解方法循序渐进、深入浅出,每章都配备了本章小结和相应的练习题,有助于广大读者的理解与掌握。

本书的编著者情况如下:李琪教授(西安交通大学)负责本书总体内容的策划、大纲结构的确定;汤兵勇教授(东华大学)协助细化章节并负责第7~12章的详细设计和内容复核;彭丽芳教授(厦门大学)协助策划并负责第1~6章的详细设计和内容复核;盖建华、张仙锋、彭丽芳、周晓辉、梁晓蓓、邓救参加了各章内容的具体编写。

本书是“国家科技支撑计划”现代服务业接口技术及其符合性测试平台的研发课题(编号:2006BAH02A36-009)的阶段性成果。本书同时受到教育部国家留学基金管理委员会的“IBM教育开发基金”的资助。在此,向国家科技部、教育部和IBM公司一并表示感谢!

本书的编写还得到了教育部高校电子商务专业教学指导委员会、中国信息经济学会电子商务专业委员会、全国高校电子商务与电子政务联合实验室、陕西省电子商务与电子政务重点实验室、西安交通大学、东华大学、厦门大学等有关单位和部门的大力支持,并得到了机械工业出版社华章分社的鼎力相助,在此向它们表示衷心的感谢!

由于时间仓促及编写人员水平有限,书中错误和不当之处在所难免,敬请读者批评指正!

编者

2008年1月

教 建 学 议

本书适合作为高校经济类、管理类博士研究生、硕士研究生及电子商务专业本科前沿类课程教材,学习本课程需要具备相应的基础知识,包括经济学基础理论、管理学基础理论、计算机与网络基本技术等。

教学目的

1. 了解现代服务学的基本原理,掌握现代服务业发展的基本规律。
2. 基本掌握现代服务的共性技术,深入把握现代服务的核心单元。
3. 熟悉现代服务的战略和策略层面的应用。
4. 训练现代服务管理能力。

教学安排建议

教学内容	学习要点	课时安排		
		经济类、管理类博士生	经济类、管理类硕士生	电子商务专业本科生
第1章 导论	(1) 现代服务学溯源 (2) 现代服务学的范畴界定 (3) 现代服务学学科体系 (4) 现代服务管理理念的提出	4	4	6
第2章 现代服务学的基础	(1) 现代服务学的基础框架 (2) 现代服务学的经济学基础 (3) 现代服务学的管理学基础 (4) 现代服务学的技术基础	4	4	4
第3章 现代服务学的商务链架构	(1) 电子商务链模型概述 (2) 商务链三维模型及拓展 (3) 商务链模型在现代服务学中的应用	4	6	6
第4章 按需服务与面向服务的体系结构	(1) 按需服务 (2) 面向服务的体系结构 (3) 面向服务的体系结构的实现	3	4	4

(续)

教学内容	学习要点	课时安排		
		经济类、管理类博士生	经济类、管理类硕士生	电子商务专业本科生
第5章 现代服务的共性技术与共性服务	(1) 现代服务共性技术 (2) 现代服务共性服务	3	4	6
第6章 现代服务业政策、标准和示范工程	(1) 现代服务业政策 (2) 现代服务业标准 (3) 现代服务业示范工程	2	4	4
第7章 现代服务系统的安全与保密	(1) 概述 (2) 现代服务的安全风险管理 (3) 现代服务安全工程 (4) 未来发展方向	3	4	4
第8章 服务管理应用的数学方法	(1) 服务管理概述 (2) 服务需求预测 (3) 层次分析法在服务管理中的应用 (4) 模糊综合评价法	3	4	4
第9章 现代服务的商务应用	(1) 商务最优化 (2) 企业绩效管理	2	2	4
第10章 现代服务市场营销	(1) 服务需求管理 (2) 服务营销战略 (3) 内部营销 (4) 管理营销沟通 (5) 企业形象管理	4	4	4
第11章 服务工程	(1) 服务工程概述 (2) 服务工程的设计与实施	2	4	4
第12章 现代服务质量管理	(1) 服务质量 (2) 服务质量管理	2	4	4
讨论与案例：建议各章至少选择1个案例，准备不占用课内时间，案例讨论时间由教师灵活调整，总共时间已经包括在各章中		10	12	8
课时总计		36	48	54

注：讨论、案例、情景模拟等时间已经包括在各个章节的教学时间中。

目录

作者简介
前言
教学建议

第一篇 基本理论与知识

第1章 导论	2
1.1 现代服务学溯源	2
1.2 现代服务学的范畴界定	8
1.3 现代服务学学科体系	17
1.4 现代服务管理理念的提出	19
本章小结	25
练习题	25
第2章 现代服务学的基础	26
2.1 现代服务学的基础框架	26
2.2 现代服务学的经济学基础	33
2.3 现代服务学的管理学基础	41
2.4 现代服务学的技术基础	46
本章小结	50
练习题	50

第3章 现代服务学的商务链 架构	51
3.1 电子商务链模型概述	51
3.2 商务链三维模型及拓展	53
3.3 商务链模型在现代服务学中 的应用	60
本章小结	62
练习题	63

第4章 按需服务与面向服务的 体系结构	64
4.1 按需服务	64
4.2 面向服务的体系结构	69
4.3 面向服务的体系结构的实现	75
本章小结	78
练习题	78

第二篇 基本技术与方法

第5章 现代服务的共性技术与 共性服务	80
5.1 现代服务共性技术	80

5.2 现代服务共性服务	98
本章小结	101
练习题	101
第6章 现代服务业政策、标准和示范工程	102
6.1 现代服务业政策	102
6.2 现代服务业标准	107
6.3 现代服务业示范工程	111
本章小结	113
练习题	113
第7章 现代服务系统的安全与保密	114
7.1 概述	114
7.2 现代服务的安全风险管理	115
7.3 现代服务安全工程	123
7.4 未来发展方向	124
本章小结	125
练习题	125
第8章 服务管理应用的数学方法	126
8.1 服务管理概述	126
8.2 服务需求预测	127
8.3 层次分析法在服务管理中的应用	135
8.4 模糊综合评价法	142
本章小结	146
练习题	146

第三篇 基本应用与实践

第9章 现代服务的商务应用	148
9.1 商务最优化	148
9.2 企业绩效管理	149
本章小结	159
练习题	159
第10章 现代服务市场营销	160
10.1 服务需求管理	160
10.2 服务营销战略	165
10.3 内部营销	175
10.4 管理营销沟通	177
10.5 企业形象管理	181
本章小结	184
练习题	184
第11章 服务工程	185
11.1 服务工程概述	185
11.2 服务工程的设计与实施	186
本章小结	191
练习题	191
第12章 现代服务质量管理	192
12.1 服务质量	192
12.2 服务质量管理	201
本章小结	211
练习题	212
参考文献	213

第一篇

基本理论与知识

第1章

导论

当前，主要发达国家产业结构呈现出由“工业型经济”到“服务型经济”的迅猛转变，基于信息技术的现代服务业正在成为国际产业竞争的制高点。我国传统产业对缓解就业压力、保持GDP稳步增长等方面缺乏支撑，已无法满足现代信息经济社会的要求。随着金融业、保险业、房地产业的大幅度上升，现代服务业成为现代经济发展的趋势和要求。我国《国民经济和社会发展的第十一个五年规划纲要》明确指出：要大力发展现代服务业，要运用现代经营方式和信息技术改造提升传统服务业，提高服务业的比重和水平。现代服务学正是在这种背景下产生和发展的。现代服务学的产生和发展来源于传统服务产业的演进以及现代服务业的涌现，有着强烈而且迫切的社会需求。

1.1 现代服务学溯源

1.1.1 产业演进与服务业的发展

1. 三次产业的划分

20世纪30年代，英国经济学家费希尔首先提出了三次产业划分的思想，他在《安全与进步的冲突》一书中将第一、第二产业以外的所有经济活动统称为第三产业。按照三次产业发展的历史，第一产业是指通过人类劳动直接从自然界取得产品的部门，因此，农业和采掘业属于第一产业。第二产业是指对第一产业和本产业提供的产品（原料）进行加工的部门，工业和建筑业属于第二产业。第三产业是指对消费者提供最终服务和对生产者（包括三个产业的生产者）提供中间服务的部门。这种产业划分方式得到了广泛的认同与采用。

1985年，我国开始进行三次产业的划分。当时国家统计局向国务院提出了《关于建立第三产业统计的报告》，报告中首次规定了中国三次产业的划分范围。在2002年修订的《国民经济行业分类》（GB/T 4754-2002）国家标准的基础上，国家统计局新制定了《三次产业划分规定》，从2006年的统计年报开始采用。新规定中，农、林、牧、渔业服务业从原第三

产业划归了第一产业，不再对第三产业划分成两个方面。该规定划分的三次产业的范围是：第一产业包括农、林、牧、渔业，因为农、林、牧、渔业服务活动是与农业生产密不可分的连续性生产活动，而且很多活动是由农民自行完成的。第二产业包括采矿业，制造业，电力、燃气及水的生产和供应业，建筑业；第三产业包括除第一、第二产业以外的其他行业，具体包括：交通运输、仓储和邮政业，信息传输、计算机服务和软件业，批发和零售业，住宿和餐饮业，金融业，房地产业，租赁和商务服务业，科学研究、技术服务和地质勘查业，水利、环境和公共设施管理业，居民服务和其他服务业，教育，卫生、社会保障和社会福利业，文化、体育和娱乐业，公共管理和社会组织，国际组织等。在新的划分规定中，取消了1985年划分办法中对第三产业四个层次的划分，即取消了流通部门、为生产和生活服务的部门、为提高科学文化水平和居民素质服务的部门、为社会公共需要服务的部门四个层次的划分。

2. 产业演进与产业升级

人类最早的生产活动，就是狩猎、采集、捕捞等，直接从自然界取得食物。然后，进入了以种植、养殖为主要生产活动的农业社会。在第一次工业革命以前，工业和建筑业的加工（劳动）对象主要是来自第一产业，此后来自本产业的加工对象大大增加。第三产业也是一样，早期的发展主要是为消费者提供服务的部门，近几十年来，为生产者服务的部门得到了迅速的发展。

英国经济学家克拉克根据19~20世纪的数据分析，发现了这样的现象：随着经济发展（人均国民收入水平的提高），劳动力首先由第一次产业向第二次产业移动，当人均国民收入水平进一步提高时，劳动力便向第三次产业转移。17世纪，英国古典经济学家威廉·配第在其名著《政治算术》中也描述了此类现象。他指出：制造业比农业、进而商业比制造业能够得到更多的收入。劳动力在产业间的分布状况是：第一次产业减少，第二次、第三次产业将增加。这就是所谓的“配第—克拉克定理”，反映出产业升级的趋势。

美国经济学家库兹涅茨通过占有详细资料，考察了大量国家随着经济发展，人均收入水平提高，总产值在三次产业间分布的变化，并结合劳动力在三次产业间分布变化规律得出了关于三次产业结构演变规律的重要结论。

(1) 按照三次产业分类，A为第一次产业，主要为农业（种植业）、林业、渔业；I为第二次产业，主要为矿业、制造业、建筑业、电力、煤气、供水、运输、邮电等；S为第三次产业，主要有商业、银行、保险、不动产、政府机关、国防及其他服务业。在此分类条件下，随着经济发展，人均收入水平提高，第一次、第二次、第三次产业提供的产值比重大小依次为第一次产业，然后是第二次产业，最后是第三次产业，即在经济发展程度较低时第一次产业的产值在总产值中的比重最大。随着经济发展程度提高，其比重逐步减小，而第二次、第三次产业产值在总产值中比重逐步上升。库兹涅茨还从横截面来考察了这一发现，即从同一时点看经济发展程度不同各国是否同样呈现这一变化，结果是非常相似的。这就证明，随着经济发展，产值在三次产业间发生了类似于劳动力在三次产业间移动的变化。

(2) 产值在三次产业间分布变化与劳动力在三次产业间分布的变化，是随着经济发展

水平的提高一起进行的，但两者的变化幅度并不完全一致，具体说：

第一，第一次产业实现的国民收入或国民生产总值随着经济的发展，年代的延续，在整个国民收入中的比重（或称之为国民收入的相对比重）同第一次产业劳动力在全部劳动力中的比重（劳动力的相对比重）一样处于不断下降之中。

第二，第二次产业实现的国民收入在总国民收入中的比重随经济发展大体来看是上升的，然而，第二次产业劳动力的相对比重，综合各国情况看则是大体不变或略有上升。

第三，第三次产业的劳动力比重在几乎所有的国家中随着时间的推移都是上升的，包括20世纪中期的苏联也是如此。然而第三次产业实现的国民收入其比重虽然总体看也是上升的，但劳动力的相对比重却未必同步上升。

将三次产业间劳动力相对比重、国民收入相对比重变化情况和比较劳动生产率（相对国民收入）状况进行综合比较，可得表1-1所示的情形。

表1-1 三次产业间劳动力相对比重、国民收入相对比重变化情况和比较劳动生产率状况

	(1) 劳动力相对比重		(2) 国民收入相对比重		(3) = (2) / (1) 比较劳动生产率	
分析层面	时间序列	横截面	时间序列	横截面	时间序列	横截面
第一次产业	下降	下降	下降	下降	下降 ^①	几乎不变 ^①
第二次产业	不确定	上升	上升	上升	上升 ^②	下降 ^②
第三次产业	上升	上升	不确定	微升（稳定）	下降 ^②	下降 ^②

资料来源：杨治的《产业经济学导论》，第46页。转引自芮明杰的《产业经济学》，第57页。

注：时间序列分析即按时间的推移所做的分析，横截面分析即为同时点不同国民收入水平国家的比较（从低到高），“不确定”意即很难归纳出一般的趋势，从整体来看是变化不大，或者略有上升。

①代表1以下。

②代表1以上。

根据表1-1，从时间序列分析来看，第三次产业的比较劳动生产率呈下降趋势但劳动力的相对比重是上升的，这说明第三次产业具有很强的吸收劳动力的特性。一般地说，第三次产业是三个产业中规模最大的，无论从劳动力的相对比重还是从国民收入的相对比重来看都要占一半以上。这一现象通常被称为“经济服务化”。

产业演进的历史与逻辑是一致的，产业由第一产业向第二、第三产业的转变就是“产业升级”。“产业升级”的内涵可以理解为：在特定的国内外经济环境和资源条件下，按照一般的产业结构演变规律和产业发展的内在要求，采取一定的措施，不断地提高产业的结构层次和发展水平，保障国民经济能够长期地持续增长的一种经济活动。第三产业在国民经济中的地位不断提高，就是产业升级的表现，也是产业升级的必然结果。

3. 服务业的产生

在人类历史上，服务活动早已有之。然而，服务业作为一个完整概念被提出并做系统的研究，以及服务业作为一个产业在整体上的迅速发展，则是在19世纪末20世纪初才发生的。伴随着技术进步、收入水平、消费习惯以及生产规模和流通规模等因素的变动，发达国家的经济结构发生了很大变化，服务业在经济结构中的地位迅速上升，服务业产值和就业人数不断增加。自20世纪30年代，经济学家们开始关注和研究这一现象。

从文献资料来看,服务业与第三产业的关系最为密切,有人直接将第三产业称为服务业,也有人将第三产业与服务业进行了部分区分。首先,第三产业的界定采用的是剩余法,即把第一、第二产业以外的所有经济活动统称为第三产业,而服务业的范围是以生产或提供服务来确定的。其次,按三次产业划分的第三产业是供给分类,它与第一、第二产业间是单向依赖关系;服务业同农业、制造业的划分,是以经济体系的需求分类为基础的,它同农业、制造业之间是相互依赖关系。再次,第三产业的经济结构含义主要是相对于国内经济的,服务业的经济结构含义则是面向国内和国际两个市场的。

一个经济体系包括商品和服务两个部分,这两个部分都有产业分类的问题。1975年,两位美国经济学家根据联合国标准产业分类(SIC)的规则,对商品产业和服务产业进行分类。他们认为,一个省略公共服务(因为它不是营利的)的经济体系所提供的服务共有三类:其一,消费者服务,即消费者在市场上购买的,满足其最终需求的服务。其二,生产者服务,即生产者在市场上购买的,被企业用做生产商品与其他服务的中间服务,典型的生产者服务又被称为企业服务。生产者服务是围绕企业生产进行的,其特征是被企业用做商品和其他服务生产的投入。在服务业中,生产者服务被认为最具经济增长动力的性质。其三,分配服务,即消费者和生产者为获得商品和供应商品而购买的服务。分配服务是一种连带性或追加性的服务。这类服务的提供和需求都是由对商品的直接需求而派生出来的。如果将分配服务的“获得商品”部分划入消费者服务,将“供应商品”部分划入生产者服务,服务业则可合理地简化为消费者服务和生产者服务两个部门。

“社会分工”对服务业增长起决定作用。社会分工促进服务业的增长主要表现在两个方面:其一,促进了消费者服务业的发展。例如在现代社会中,家政服务的快速发展实质是市场服务取代了家庭服务,即由家庭自我提供服务发展成为向市场购买家庭服务。其二,促进了生产者服务业的发展。20世纪70年代以后,生产者服务业的迅速发展则是原先作为企业内部研发、设计、会计、营销、咨询等服务职能部门分离出来,成为独立市场主体的结果。服务业这种由“内在化”向“外在化”的演进趋势,是专业化分工逐步细化、市场化水平不断提高的必然结果。这一演进趋势得以实现并延续下去的内在机制,在于分工产生的收益大于因分工产生的交易费用。激烈的市场竞争条件下,各制造业公司则更加专注于自身核心竞争力的培育上,而把许多与产品有关的服务活动外包给相应的专业化公司。

在三次产业出现结构性变化的同时,服务业内部结构也在不断地发生着变化。具体表现为,服务业从传统的以劳动密集型为主转向以资本密集型为主,并正在进一步向技术、知识密集型为主的服务业转变。20世纪70年代以来,生产者服务业作为服务业中最具活力的部门,其发展速度已超过了制造业;而在制造业增加值和就业比重不断下降的同时,生产者服务业部门增加值和就业比重呈现逐年上升趋势。经济越发达,这一现象就越明显。在许多国家,特别是发达国家,目前生产者服务业增加值在服务业增加值中的比重已达40%左右。

制造业(乃至第一、第二产业)与服务业的关系又是如何呢?如果孤立地看,前者首先是服务业发展的前提和基础,服务业处于补充地位。许多服务业部门的发展必须依靠制造业的发展,因为制造业是服务业产出的重要需求部门,没有制造业,社会就几乎没有对这些服务的需求。其次,服务业尤其是生产者服务业是制造业劳动生产率得以提高的前提

和基础,没有发达的生产者服务业,就不可能形成具有较强竞争力的制造业部门。服务业部门的扩张有助于引起进一步的专业化分工,提高劳动生产率;有助于降低投入到制造业部门的中间服务的成本,有效提高产品的竞争力。

事实上,经济学家研究发现,二者是一种相互作用、相互依赖、共同发展的关系。在现实的经济的发展过程中,由于生产者服务业的异军突起,彼此依赖的程度日益加深。生产者服务作为产品生产或其他服务的市场化的中间投入,具有高人力资本、高技术和高附加值的特征,极大地提高了产业整体的劳动生产率和增长效率。

还有一些经济学家指出,随着信息通信技术和广泛应用,传统意义上的制造业与服务业的边界越来越模糊,二者间表现为你中有我、我中有你的融合趋势。这一现象在高科技产品中最为明显。在高科技产品中,服务价值的比重往往超过实物价值的比重。比如,机械、电子设备制造企业事实上不再是简单的销售产品,而是在销售产品的同时,提供与该产品配套的包括电子控制、信息系统、软件包、操作程序以及维护服务在内的一个完整的服务系统,也称为“产品—服务包”。因此,许多制造业企业同时也是服务业企业。与此同时,信息技术改变了许多服务难以储存、生产和消费同时进行以及生产者与消费者需要实体接触等特征,使大量的服务物化,具有与产品同样的特征,如录像带、软件光盘和电子书籍等,从形态上已很难说它们属于产品还是服务。

4. 我国服务业的发展

有数据表明,国外发达国家的服务业已占到GDP的70%以上,服务业目前占了美国经济的75%还要多,而且还在快速地增长。我国对服务业的重视和研究也逐渐走向前台。2005年6月9日在上海开幕的世界服务贸易论坛上,中国商务部部长薄熙来表示,中国政府将更加重视并积极推动服务业和服务贸易的发展,并把服务业作为下一轮对外开放的重点,加快国内服务业的发展,提高承接国际服务业转移的能力,使中国成为全球服务业外包的重要基地,通过与世界各国的交流与合作,共同促进世界服务贸易和世界经济的发展。

中国的服务贸易市场也大为开放,在WTO分类的160多个服务贸易的部门中,发达国家一般来说开放覆盖面是80%,发展中国家和所谓的转型国家一般是20%~40%,而2005年中国已经达到了62%。

在经济全球化时代,服务贸易的发展越来越快,1980~2004年,全球服务贸易规模从3600亿美元扩大到21 000亿美元,增长了5.8倍。国际服务贸易结构正在走向高级化。2004年,通信服务、建筑服务、保险服务、金融服务、计算机和信息服务,以及特许权使用和许可、专业服务现代服务的贸易已占到整个服务贸易的将近一半。在这一过程中,发达国家占据国际服务贸易的绝对主导地位,已占全球服务进出口总额的75%以上,其中,美、英、德三国就占了全球服务贸易总额的近30%。

权威统计显示,自改革开放以来,中国服务贸易也得到了很大发展。1982年,中国服务贸易根据当时的统计只有46亿美元,而2004年上升到1286亿美元,年均增长率为16.3%。1982年,中国服务贸易占世界服务贸易的比重不足0.6%,居世界第34位;2004年,这一比重提高到2.8%,居世界第9位。

我国服务贸易虽然增长迅速,但总体发展水平还很低。一是服务贸易明显落后于货物

贸易的发展。2004年,我国服务出口占贸易出口总额的比重只有9%,明显低于19%的世界平均水平。二是我国服务贸易长期呈现逆差的状态,2004年中国服务贸易逆差达108亿美元。三是服务贸易优势部门主要集中在海运、旅游等比较传统的领域,而金融、保险、计算机服务等现代服务业的国际竞争力还很低。中国旅游和运输服务的出口占中国服务出口的一半以上。今后,中国要像重视货物贸易那样重视服务贸易的发展,中国政府提出转变贸易增长方式,加快服务贸易的进步。当前,世界各国正关注着如何进一步推进世贸组织DDA(多哈发展议程)谈判的进程,其中服务贸易的谈判是一项重要内容,中国只有在服务贸易方面取得更大进展,才能更多地参与WTO新一轮多边贸易谈判,并且分享DDA的成果。首先,发展服务贸易有利于提升中国产业的国际竞争力。服务贸易与服务业的发展,特别是金融、保险、物流、信息、会计、法律等服务的发展,可以降低农业和制造业的运输成本和交易成本,促进整个国民经济效率的提高。第二,有利于解决国内就业。作为占世界1/5人口的发展中国家,就业问题一直是中国需要优先解决的问题。对外劳务输出、承包工程等服务出口可以直接带来就业机会。同时,与货物进口不同,由于服务进口往往与服务业的外资流入结合在一起,也可以吸纳劳动力就业。第三,有利于为外资创造更好的环境。以往,中国吸收的外资主要集中在制造业,从长远看,服务业将成为中国吸收外资的主要领域。服务进口和服务业的发展可以改善投资环境,降低商务成本。

1.1.2 学科发展规律与现代服务学的浮现

1. 学科发展与新学科的建树

一门新学科的产生与发展总是时代的呼唤,具有客观基础。陈燮君在其所著的《学科学导论——学科发展理论探索》一书中指出:学科文化背景的辐射,学科群移特征的更新,许多传统学科的新层面的开掘,大量新学科的涌现,新老学科各种矛盾的交叉,学科丛林管理问题的日趋尖锐,学科系统整体格局亟待变革……这些就是学科发展的大形势,以至于在这种情况下诞生了“学科学”。学科结构模式可以在大文化背景意义上进行相关协同和综合。在科技、经济、政治、社会、教育、文化相关协同发展的大文化背景下,学科结构模式的相关协同和综合具有大文化意义。系统分析和系统综合的大文化背景,为学科结构模式的系统分化、系统综合、交叉发展、纵横延伸创造了条件,带出了一大批新兴学科。当代学科之林的大量新学科的出现,在学科结构上注入了辐射—辐集、多角采掘、逆向回采、顺序预采、局部优化、结构通融、全息思考和框架突破等新的思绪,出现了学科结构衍生分化、日趋多样的新特点。学科结构的分化与融合以及信息化的突飞猛进,使新诞生的综合学科、交叉学科和分支学科被接纳进学科之林,使多学科综合攻关和多学科知识重新组合与凝聚成为可能,使学科触角的横向伸展、边缘探索成为现实,使传统学科的换代性衍生和整体布局上的枝杈性繁衍成为发展中的实践。

当今社会新的科技、新的思维、新的观念、新的战略、新的能量的辐集和释能促使新学科迅猛发展。新学科的孕育和崛起并不是偶然的,它有破土而出的历史事件,有强烈的历史使命感的召唤,有一定的理论准备,有现代化建设的需要,也有学科带头人的大胆开创和积

极探索，特别是许多综合性学科的开拓，更是多学科、攻关群体共同努力的结果。著名科学家钱三强曾指出，科学的突破点往往发生在社会需要和科学内在逻辑的交叉点上。据此我们不难推出，以科学为研究对象的新学科就是适应社会需要而内在产生并发展起来的。

2. 现代服务学的浮现

服务在人类生产生活过程中，始终占有重要的地位和较高的比例，以服务（尤其是现代服务）为研究对象的现代服务学成为一门独立的学科，已经具备了相应的环境与条件，只是个时间问题。综合分析表明，现代服务学的诞生，有着强烈而且迫切的社会需求。我们可以从以下几个方面进行理解。

（1）服务是人类生存与发展的必需品，这是现代服务学的生存根基。如前文所述，服务与商品一起，构成了经济体系的全部，任何社会主体的生产与生活都离不开服务，同时也在互相提供服务。

（2）服务业是经济体系不可或缺且越来越重要的一部分，这是现代服务学发展的实践基础和应用领域。服务产业的发展，为其他产业（非服务性产业）及服务业本身的正常运行提供了重要支撑，成为社会化大生产过程中越来越重要的环节，没有服务产业的经济体系是不完善的，也是难以为继的。

（3）企业、科研机构组成综合研究团队形成强大学科推动力，这是现代服务学发展的保障。IBM作为国际知名的实力企业，很早就联合世界各地科研院所，成立研究院以形成优势互补的综合研究团队，力推“服务科学”，成为现代服务学的“触发器”，直接促动了现代服务学的诞生与发展。

（4）服务学的出现促成了合理的学科门类体系的建立，这是现代服务学的直接效果。我国现行的学科门类有12个：哲学、经济学、法学、教育学、文学、历史学、理学、工学、农学、医学、军事学和管理学。前七类可以称之为“基础学科”，后五类称为“应用学科”。在后五类中，医学因其涉及人类生命健康、军事学涉及国家安全等特殊原因成为独立学科，而从产业视角来看，针对第一次产业的有“农学”，针对第二次产业的有“工学”，却没有针对第三次产业的学科。管理学虽然涉及第三产业的多数领域，但其操作指向性和事务情境性并不能像“农学”和“工学”那样有效解决第三产业的问题。因此，独立的“现代服务学”能填补学科的“缺位”。

1.2 现代服务学的范畴界定

本节对于现代服务学相关的服务和现代服务、服务业和现代服务业以及服务科学等概念进行了科学界定，以便更好地掌握现代服务学的内涵。

1.2.1 服务与现代服务

1. 服务的概念、特征与类型

（1）服务的概念。马克思说：“‘服务’这个名词，一般地说，不过是指这种劳动所提