



中青年经济学家文库

ZHONGQINGNIAN JINGJIXUEJIA WENKU

生产者服务业对制造业的 影响效应

——理论机制及基于中国的经验研究

李虹静 / 著

SHENGCHANZHE FUWUYE DUI ZHIZAOYE DE YINGXIANG XIAOYING
LILUN JIZHI JI JIYU ZHONGGUO DE JINGYAN YANJIU

中国财经出版传媒集团



经济科学出版社
Economic Science Press

中青年经济学家文库

福建省社会科学规划基金资助项目 (FJ2016C144)

生产者服务业对制造业的 影响效应

——理论机制及基于中国的
经验研究

李虹静 著

中国财经出版传媒集团



经济科学出版社
Economic Science Press

图书在版编目 (CIP) 数据

生产者服务业对制造业的影响效应：理论机制及基于中国的经验研究/李虹静著. —北京：经济科学出版社，2018.7

ISBN 978 - 7 - 5141 - 9593 - 4

I. ①生… II. ①李… III. ①服务业 - 影响 - 制造业 - 研究 - 中国 IV. ①F426.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 176518 号

责任编辑：刘 莎

责任校对：王肖楠

责任印制：邱 天

生产者服务业对制造业的影响效应

——理论机制及基于中国的经验研究

李虹静 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

总编部电话：010 - 88191217 发行部电话：010 - 88191522

网址：www.esp.com.cn

电子邮件：esp@esp.com.cn

天猫网店：经济科学出版社旗舰店

网址：http://jjkxcbs.tmall.com

固安华明印业有限公司印装

710 × 1000 16 开 12.25 印张 20000 字

2018 年 7 月第 1 版 2018 年 7 月第 1 次印刷

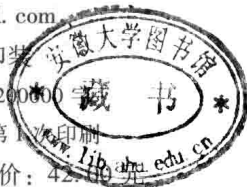
ISBN 978 - 7 - 5141 - 9593 - 4 定价：42.00 元

(图书出现印装问题，本社负责调换。电话：010 - 88191510)

(版权所有 侵权必究 打击盗版 举报热线：010 - 88191661)

QQ: 2242791300 营销中心电话：010 - 88191537

电子邮箱：dbts@esp.com.cn)



前 言

改革开放以来，中国制造业经历了举世瞩目的高速发展期，如今中国制造业已经步入高成本时代，劳动力成本优势弱化、产能过剩、缺乏核心技术等问题日益凸显，这些问题严重制约了我国制造业进一步发展的空间。与此同时，中国服务业发展也遭遇瓶颈。虽然从纵向来看，服务业一直在持续稳步增长，截至2016年，服务业增加值占国内生产总值比重增长至51.6%，但是，横向比较可知，这一发展水平远低于发达国家，甚至低于60%以上的全球平均水平。制造业发展的诸多弊端导致服务业尤其是生产者服务业缺乏良好的制造业需求市场作为支撑，从而限制了服务业的发展，而服务业发展的滞后性又使制造业向产业链高端攀升乏力，中国制造业与服务发展相互掣肘。

但是，从发达国家的经验可以看出制造业自身的“服务化”与制造业服务外包这一“外部化”过程也已成为了制造业发展过程中并行不悖的两大趋势。制造业为了提升竞争优势，逐步将产业链以制造为核心向以服务为核心转变，例如，通用公司、IBM公司等一些世界级制造企业纷纷通过业务转型和服务模式创新提升竞争力（刘斌等，2016）。鉴于服务业尤其是生产者服务业与制造业之间的关系变得愈加密切，并且呈现出融合互促的发展态势，在研究产业发展问题时，孤立地探讨某一产业的结构优化和转型升级已经不合时宜，因此，相关研究在探索制造业向全球价值链攀升以及经济服务化路径时，往往以制造业和服务业的产业互动性为切入点。可以说，制造业与服务业尤其是与生产者服务业之间的互动关系已经成为学术领域关注的焦点问题之一。

2015年《政府工作报告》中首次提出实施“中国制造2025”，报告

中强调制造业是国民经济的主体,是立国之本、兴国之器、强国之基,没有强大的制造业,就没有国家和民族的强盛。打造具有国际竞争力的制造业,是我国提升综合国力、保障国家安全、建设世界强国的必由之路。因此,我们应当坚持创新驱动、智能转型、强化基础、绿色发展,加快从制造大国转向制造强国。而这离不开制造业的智能化、信息化以及服务化。鉴于此,本书将以制造业与服务业间紧密的产业关联性为切入点,探讨中国制造业与服务业特别是生产者服务业的产业互动机制及互动效果。在理论研究方面,首先探讨了封闭情形下生产者服务业对制造业的影响机制,其次,进一步探讨了开放经济条件下生产者服务贸易对制造业及其出口贸易的作用机制。在经验研究方面,基于中国投入产出数据、工业企业数据库以及相关的贸易数据等,综合利用多种数量分析方法,如投入产出子系统模型(10子系统模型)、投入产出结构分解分析(10-SDA),从不同角度、分层次探讨了生产者服务业对中国制造业的影响效应。并在此基础上,将投入产出分析与计量回归模型相结合,进一步考察进口和国产的生产者服务对制造业全要素生产率以及出口贸易竞争力的影响效应。

本书共分为9章。第1章为绪论,内容包括选题背景和研究意义,问题的提出,基本概念和相关研究对象的界定,研究思路和研究方法。

第2章为文献综述,从理论和经验研究两个方面梳理了国内外相关的研究成果,系统介绍并提供了生产者服务业、制造业以及贸易三者之间关系在已有文献中的理论描述和经验证据,并对现有研究进行了简要评述。

第3章是对已有理论模型的梳理和拓展,分析了生产者服务业对制造业的作用机制,并且在此基础上,由封闭系统拓展到开放系统,进一步考察生产者服务贸易对制造业及其出口贸易的影响机制。

第4~8章为经验研究部分。第4~6章利用进口非竞争型投入产出表,剔除了进口因素的作用,从不同角度考察了生产者服务业对中国制造业的影响。第7章和第8章则专门考察了进口和国产的生产者服务对中国制造业全要素生产率和出口贸易竞争力的影响。

第4章笔者利用投入产出结构分解技术,考察了2002~2007年间影响我国制造业增加值增长的主要驱动因素。笔者将影响制造业发展的因素分解为15个因素,其中,重点考察了制造业与服务业中间投入结构变动

因素(书中用 $E(MS, C)$ 表示), 因为该因素涵盖了制造业与服务业的相互需求关系, 尤其是制造业对生产者服务的中间投入变动情况。研究发现: 近年来, 制造业与服务业中间投入结构的变动即 $E(MS, C)$, 对制造业增加值的增长具有显著的负贡献, 而这很可能是由于 2002~2007 年间, 制造业的生产者服务投入占比下降所致。

第 5 章首先利用投入产出子系统模型考察服务业与制造业之间的总量需求关系, 其次, 通过利用具有强度特征的敏感度分析, 识别出最能有效带动制造业发展的服务部门以及与之相关的生产交易活动。这两个部分均从服务供给和服务需求两个方面展开。从服务需求的角度看, 制造业是服务业的中间产品提供方, 考察的是服务业对制造业的需求量, 以及服务需求对制造业的产业拉动效应; 从服务供给的角度看, 服务业是制造业的中间产品提供方, 考察的是制造业的生产者服务需求量, 以及生产者服务对制造业的产业拉动效应。研究结果表明: 相较于劳动、资本密集型制造业, 生产者服务业对技术密集型制造业具有更为显著的相关性和产业拉动作用; 与此同时, 2002~2007 年间, 生产者服务业对制造业的产业拉动作用下降趋势明显; 相较于“直接效应”, 生产者服务业对制造业的“间接效应”占主导, 这说明目前我国生产者服务业对制造业的积极影响还仅仅是体现为产业之间相互需求引致的间接拉动效应, 理论意义上的生产者服务业直接促进制造业效率提升的有效机制还有待提升。

第 6 章基于历年的投入产出数据以及服务、货物贸易统计数据, 通过联系指数、直接消耗系数、完全需求系数及出口诱发系数, 考察了我国经济整体的生产迂回度, 进一步探讨了生产者服务在制造业生产中所扮演的角色, 特别关注服务的间接出口。最后结合基本计量模型分析了生产者服务部门开放度与制造业出口模式之间的关系。结果表明: 服务业开放度水平的提高对我国制造业整体出口具有积极影响, 但是, 对服务化程度最高的资本密集型制造业影响则不显著, 一些生产者服务部门的进口, 如科研及综合技术服务的开放甚至不利于制造业产品的出口。

第 7 章结合投入产出分析和计量回归模型, 进一步将生产者服务从来源上进行区分, 考察了进口和国产的生产者服务对中国制造业全要素生产率的影响, 结果表明: 国产生产者服务对制造业全要素生产率的影响效应

不显著，进口生产者服务则有利于制造业全要素生产率的提高，并且对不同类型制造业的影响具有一定的差异性。

第8章与第7章具有类似的数据基础和模型方法，考察了进口和国产的生产者服务对中国制造业出口贸易竞争力的影响效应。首先，构建理论模型分析生产者服务特别是进口生产者服务对制造业出口贸易的影响机制，其次验证国产和进口生产者服务对中国制造业出口贸易的影响。研究发现：国产生生产者服务的影响效应依旧不显著，而进口生产者服务则会导致中国制造业出口贸易竞争力的下降，根据相关理论命题推断，而这很可能是由于进口生产者服务被更多地用于非制造业部门的生产。同时，也有可能是由于我国以加工贸易为主导的贸易模式所致。

第9章是根据理论以及经验研究得出的结论，本书认为中国生产者服务业与制造业之间并未形成良性互动发展，制造业生产者服务投入不足限制了生产者服务业对制造业积极作用机制的发挥，作为生产者服务的重要需求方，制造业的服务需求不足又限制了生产者服务业的发展。因此，在制定相应的产业政策、贸易政策时应当充分考虑生产者服务业与制造业之间的产业融合发展趋势，以促进服务业与制造业的良性互动发展。此外，还应当充分考虑国产与进口服务，生产者服务与其他服务在促进制造业整体以及不同类型制造业竞争力提高方面的差异性，从而避免不同政策的内在矛盾或者政策效果的相互抵消。最后，还提出了该领域研究未来可以进一步拓展的方向。

需要说明的是由于时间及作者水平所限，书中难免有疏漏和不足之处，恳请各位读者不吝指正。

目 录

第1章 导论	1
1.1 研究背景与意义	1
1.2 问题的提出	4
1.3 基本概念及研究对象的界定	5
1.3.1 基本概念	5
1.3.2 研究对象的界定	9
1.4 研究思路、基本框架和主要内容	10
1.4.1 研究思路	10
1.4.2 研究框架	11
1.4.3 主要内容	13
1.5 可能存在的创新点	15
第2章 国内外研究综述	17
2.1 理论研究	17
2.1.1 生产者服务业与制造业的互动关系	17
2.1.2 开放经济条件下生产者服务业与制造业的 互动机制	21
2.2 经验研究	27
2.2.1 基于简约式计量回归模型的分析	27
2.2.2 投入产出模型分析	31
2.2.3 基于引力模型的实证分析	33
2.3 简要评述	35

第3章	开放经济条件下生产者服务业对制造业的影响机制分析	37
3.1	生产者服务业对制造业的影响机制分析	37
3.1.1	基于“生产成本”节约的视角	37
3.1.2	基于“交易成本”节约的视角	39
3.1.3	基于产品价值链延伸的视角	43
3.1.4	基于企业服务外部化的视角	45
3.2	生产者服务贸易对制造业的影响机制分析	46
3.2.1	“交易成本”效应	46
3.2.2	贸易的福利效应	49
3.2.3	“雷布津斯基”效应	52
3.2.4	国际外包效应	53
3.2.5	其他	54
3.3	本章小结	54
第4章	中国制造业增加值增长的驱动因素分析	
	——基于 IO-SDA 的实证研究	56
4.1	引言	56
4.2	模型构建和数据来源	58
4.2.1	模型构建	58
4.2.2	数据来源及处理	65
4.3	实证研究结果分析	66
4.3.1	制造业增加值变动的驱动因素分析	66
4.3.2	制造业与服务业中间投入结构变动的影响	70
4.4	本章小结	71
第5章	从产业关联视角看生产者服务业对中国制造业的影响	
	——基于 IO 子系统模型和敏感度分析	74
5.1	引言	74
5.2	模型构建	76

5.2.1	IO 子系统模型	76
5.2.2	敏感度分析模型	79
5.3	数据来源及处理	81
5.4	实证研究结果分析	82
5.4.1	服务业与制造业的相互需求关系	82
5.4.2	制造业相对于服务需求和服务供给变动的 敏感度分析	88
5.5	本章小结	102
第 6 章	生产者服务对中国制造业出口贸易的影响效应分析	105
6.1	引言	105
6.2	模型、方法与数据	107
6.2.1	投入产出模型的构建	107
6.2.2	数据来源及处理	108
6.3	实证结果分析	109
6.3.1	我国经济整体的产业关联度	110
6.3.2	生产者服务业与制造业的中间投入需求关系	111
6.4	生产者服务业、制造业与贸易	112
6.4.1	生产者服务的间接出口	112
6.4.2	生产者服务的离岸	113
6.5	本章小结	115
第 7 章	进口和国产生生产者服务对中国制造业全要素生产率的 影响分析	116
7.1	引言	116
7.2	模型的构建	117
7.2.1	变量的选取	117
7.2.2	基本模型构建	120
7.3	数据来源及处理	121
7.3.1	投入产出数据	121

7.3.2	中国工业企业数据	122
7.3.3	其他数据	123
7.4	实证结果分析	123
7.5	本章小结	125
 第8章 进口和国产生生产者服务对中国制造业出口贸易		
	竞争力的影响分析	127
8.1	引言	127
8.2	理论模型	128
8.3	计量回归模型	132
8.4	实证结果分析	133
8.4.1	进口服务的使用状况分析	133
8.4.2	进口和国产生生产者服务对制造业出口贸易 竞争力的影响效应	135
8.5	本章小结	136
 第9章 主要结论与研究展望		
9.1	主要研究结论	141
9.2	政策建议	145
9.2.1	产业政策层面	145
9.2.2	贸易政策层面	150
9.3	未来的拓展方向	151
 附录1		
附录2 不同来源的生产者服务对制造业出口竞争力的影响效应		
附录3 计量回归模型结果汇总		
参考文献		
后记		

第 1 章

导 论

1.1

研究背景与意义

制造业作为一国经济发展的重要支柱和经济跨越的依托一向被各国所重视,18 世纪中叶开启工业文明以来,世界强国的兴衰史和中华民族的奋斗史一再证明,没有强大的制造业,就没有国家和民族的强盛。美国、英国、日本、德国等经济强国无不拥有先进的制造业。^① 改革开放以来,我国制造业的发展取得了巨大的成就,在劳动力成本低、人口规模大、市场潜力大以及政府的宏观调控等各种因素的相互作用下,中国制造业建成了门类齐全、结构完整的产业体系,并且在国际市场的竞争中已经赢得了“在位优势”(刘林青和谭力文,2006)。我国制造业在全球价值链中的贡献也已显现,“中国制造”的足迹遍布世界各地,“世界工厂”的称谓常常让我们国人引以为豪。

但是,值得深思的是,在几十年的发展过程中,我国制造业仍是沿着高能耗、高污染、高投入、低效益的轨道发展,与世界先进水平相比,我国制造业在自主创新能力、资源利用效率、产业结构水平、信息化程度、质量效益等方面差距明显,制造业面临着大而不强的窘境,制造业产品虽

^① 以美国为例,据世界银行《2008 世界发展指数》报告数据,2007 年,制造业增加值在美国 GDP 的比重虽然仅为 13%,但是却为美国创造了大量的就业岗位,2007 年,美国制造业提供了超过 2000 万个就业岗位,制造业的工资也远高于其他行业,此外,制造业仍是美国出口的中坚力量,美国制造业的出口占全部出口的 53%,制造业的贸易总额占制造业经济总产值的 37%,相比之下,全部非制造业行业贸易总额只占其总产值的 6%。

然遍布全球,知名品牌却凤毛麟角。在融入全球生产体系的过程中,我国制造业的发展主要依靠承接发达国家制造业产业链低端的加工、装配业务。虽然,委托代工制造作为一项有效率的合作方式,已经成为我国制造企业进入国际价值链体系,参与国际市场的重要途径。但是,价值链上游的研发和下游的市场营销等高附加值环节则主要由发达国家所控制,产品定价权也由发达国家所掌控。2008年,金融危机向实体经济不断蔓延,外部经济不景气致使我国外向型制造企业受到了严重冲击。以美国为主导的贸易保护主义抬头,在奥巴马政府提出的“制造业回归”口号的号召下,耐克、阿迪、通用等制造工厂也纷纷响应,搬回了美国本土,以促进美国经济复苏;继发的主权债务危机致使欧洲经济一度陷入低迷,一蹶不振;日本政府也不得不通过日元的超发和贬值来为不断下滑的日本经济兜底。外需萎靡很大程度上造成了我国外贸增长的萎缩,我国中小型外贸企业陷入了严重的生存危机之中,国家发改委中小企业司的统计数据表明,仅2008年上半年全国就有6.7万家规模以上中小企业倒闭。另外,随着能源、环境以及贸易摩擦等问题的日益突出,委托代工制造业合作形式的产品层次低、技术水平低、进入门槛低和企业利润低等内在劣势逐渐显现出来,“三高一低”的经贸发展模式也逐渐凸显出其不可持续性,我国制造企业在国际市场上步履维艰,缺乏核心技术以及自主知识产权成为了我国制造业发展的一大瓶颈。近几年,我国经济发展步入新常态,产业结构面临着转型、优化的外在压力和内在要求,制造业转型升级迫在眉睫,制造业服务化有待深化,制造业与服务业内互促、融合机制有待促成。那么,如何才能顺利实现制造业向产业链高端攀升的目标?如何才能发展多样化的服务市场?如何实现制造业与服务业的共生发展?

从发达国家的经验可以看出制造业自身的“服务化”与制造业服务外包这一“外部化”过程也已成为了制造业发展过程中并行不悖的两大趋势(顾乃华,2011)。服务业尤其是生产者服务业与制造业之间的关系也会随之变得愈加密切,并且呈现出融合互促的发展态势。这一发展趋势在学术界也达成了理论共识,制造业与服务业内尤其是与生产者服务业之间的互动关系已经成为学术领域关注的焦点。根据价值链理论,利润主要集中在服务环节,生产性服务的投入可以在制造业价值链的上、中、下游发挥

作用,提升制造企业的价值增值。从产业链的上游看,生产者服务可以提高企业的组织效率,完善企业的研发创新体系,从价值链的中游看,生产者服务有助于促进企业的生产业态创新并且利用规模经济、范围经济以提升企业核心竞争力,从价值链的下游看,生产者服务通过产品差异化、物流服务、售后服务的优化促进企业价值链的延伸(高传胜和刘志彪,2005;原毅军等,2007)。从国际经济竞争的现实看,企业竞争优势的获得对加工制造环节的依赖性也在逐渐减少,生产者服务活动成为越来越具有战略意义的环节(顾乃华,2011)。例如:对于一个典型的工业企业而言,来自于售后服务和零部件的收入和利润分别占全部收入和利润的25%和40%~50%。在汽车行业,售后服务和零部件给企业带来将近80%的收入和50%以上的利润,个人电脑和机车行业,只有不到15%的收入来自于产品的销售,而大部分收入来自于售后服务(Dennis and Kambl,2003)。鉴于服务业尤其是生产者服务业^①与制造业间的紧密联系,在探讨服务业或者制造业发展问题时就不能将二者割裂开来。目前,我国政府已将服务业的发展问题提上了议事日程,并且特别强调制造业的服务化发展。但是,各地方政府依旧延续着“重制造、轻服务”的发展路径,在有限的资源约束下,一方面制造业内部存在着重复建设和资源浪费等突出问题,另一方面制造业的无限制扩张又在某种程度上挤占了服务业的发展空间,即便近年来服务业有所发展,2013年,服务业增加值在国内生产总值中占比首次超过工业,达到了46.7%,2016年这一比重更是达到了51.6%,但是,相较于发达国家70%以上的服务增加值占比而言,我国服务业占比依旧较低,服务业特别是新兴生产者服务与制造业的融合以及互动依然不足(彭水军和李虹静,2014)。无疑要想从根本上解决这一症结,就要将制造业和服务业作为一个密不可分的整体,充分考察和利用二者之间积极的互促进作用,从而寻求我国制造业乃至服务业发展的可能契机。伴随着国际制造企业的变革,这也将成为中国制造型企业在全球开疆

^① 需要指出的是,本书所要研究的是生产者服务业,作为服务业的重要组成部分,生产者服务业的发展在某种程度上就代表了服务业的发展,因为不管是在理论上还是现实中,消费者服务业的作用已被日渐淡化。基于此,同时考虑到行文的流畅性和一般习惯,本书在表述时有时会将“服务业”与“生产者服务业”混用。

拓土的新机遇，可以说目前对于中国造型型企业来说，比缩减成本更重要的，是实现向服务化的转型来走出一条通向差异化和可持续发展的新路。大力发展生产者服务业，充分发挥生产者服务业与制造业之间的产业互动关系，符合《中国制造 2025》所提出的产品即服务以及面向个性化定制的柔性生产的制造业内涵，成为了我国制造业转型升级的必经之路。

本书基于产业关联的视角，以制造业与生产者服务业的产业互动关系为切入点，探讨制造业的跨越发展问题。这是由于，伴随着一国经济的发展和三次产业结构的调整，“服务经济”成为了各国经济发展的主流趋势，服务业尤其是生产者服务业与制造业之间的关系也会随之变得愈加密切，并引发了理论和实践工作者的极大关注，主要体现在以下几个方面：

第一，从国际经济竞争的现实看，企业竞争优势的获得对加工制造环节的依赖性在逐渐减少，对于企业而言，生产者服务活动正在成为越来越具有战略意义的环节（顾乃华，2011）。

第二，从世界制造业的发展进程来看，制造业自身的“服务化”与制造业服务外包这一“外部化”过程也已成为了制造业发展过程中并行不悖的两大趋势，这主要体现为：一方面制造业生产过程所需的中间服务投入增加；另一方面制造业将越来越多的原本由自身内部从事的服务活动外包给专业的服务提供方。

第三，从理论上，生产者服务业原本就脱胎于制造业，服务于制造业，并且依存于制造业（Cohen, 1987; Bhagwati, 1984; Guerrieri and Meliciani, 2005），而制造业的可持续发展更是离不开生产者服务业的依存与辅助（Daniels, 1989; Riddle, 1986; Francois, 1990）。从发展趋势来看，服务业尤其是生产者服务业与制造业最终将进入一个高度相关且双向互动的阶段，两者之间是一种唇齿相依的双向互动关系，更是一种典型的共生关系（刘戒娇，2002；郑吉昌和夏晴，2004；胡晓鹏和李庆科，2009）。

1.2

问题的提出

理论上，生产者服务业与制造业通过怎样的机制互动？在开放经济条

件下,生产者服务的贸易对制造业本身及其出口贸易又会带来哪些影响?

实践中,我国生产者服务业与制造业表现出怎样的相互需求关系?作为一种高级投入要素,生产者服务是否发挥了对制造业的产业拉动作用。我国制造业所使用的生产者服务有多少是来自于进口,又有多少是由本土服务企业提供?进口和国产的生产者服务对制造业整体乃至不同类型制造业的全要素生产率具有怎样的影响?进口和国产的生产者服务对制造业出口贸易竞争力又是否具有积极的影响效应?对于不同类型的制造业,进口和国产生产者服务的影响效应是否具有差异性?

以上这些都是本书所要探讨和试图解答的问题。一方面,笔者将在理论上探讨生产者服务业与制造业、生产者服务贸易与制造业贸易之间的相互促进机制。另一方面,在经验研究中,首先将基于投入产出分析框架下的结构分解分析(structural decomposition analysis, SDA),投入产出子系统模型(IO-subsystem model)和敏感度分析(sensitivity analysis)等研究方法,从多视角、多层次探讨中国2002~2007年间中国生产者服务业与制造业间的相互需求关系,以及生产者服务业对制造业的产业拉动效应,其次本书综合利用我国的投入产出数据、海关进出口贸易数据、相关产业数据以及中国工业企业数据,将基于投入产出模型构造的联系指数作为解释变量纳入计量回归模型,考察国产和进口的生产者服务对制造业全要素生产率和出口贸易竞争力的影响效应。

1.3

基本概念及研究对象的界定

1.3.1 基本概念

1. 服务业及其分类

服务业是指生产或提供各种服务的经济部门和各类企业的总和,通常情况下,服务业被等同为第三产业,并且包括除了农业、工业、建筑业之

外的所有其他部门。但是,由于两者的侧重点不同,服务业与第三产业的概念又有区别,这主要表现为服务业更多地体现了产业政策,是提供非实物劳动成果各业的总称,其概念更突出前瞻性,强调及时总结趋势以引导产业发展。第三产业则更多地反映为统计口径,其界定采用“剩余法”,表示除第一产业、第二产业以外的其他各业,作为统计口径,第三产业的概念更具稳定性,要求各产业必须有互相不重复且明确的归类。另外,三次产业划分思想的出发点是经济体系的供给分类,暗含着高层次产业的发展单向依赖低层次产业的含义,而服务业同其他产业的区分则以经济系统的需求分类为基础,强调服务业与其他产业的相互依赖关系(黄建中和刘莉,2008)。在通常的表述中,当与第一、第二产业并列时使用“第三产业”,其他情况则可使用“服务业”。服务产品与其他产业产品相比,具有无形性、不可储存性、异质性、生产与消费的同时性等特征。基于不同的研究角度,服务业的具体分类方法也有所不同,大体可以按照以下两类进行划分:

(1) 生产者服务业、消费者服务业和公共服务

生产者服务业的概念是从服务的功能性上加以区分,主要是指被其他商品和服务的生产者用作中间投入的服务。消费者服务业,是指以满足居民消费需求或基本民生要求等最终需求的服务业。公共服务则是指主要由公共部门提供的服务。

(2) 传统服务业、现代服务业

传统服务业,是指运用传统的生产方式经营,并且在工业化以前就已存在的服务业,如住宿、餐饮业等。

现代服务业主要是指以现代科学技术,特别是信息技术为支撑,建立在新的商业模式、服务方式和管理方法基础上的服务产业。现代服务业有广义和狭义之分。广义的现代服务业不仅包括随着科学技术发展而产生的新兴服务业,还涵盖了对传统服务业的技术改造和升级。主要包括四个方面:基础服务,包括通信服务和信息服务;生产和市场服务,包括金融、物流、批发、电子商务以及中介和咨询等专业服务;个人消费服务,包括教育、医疗保健、住宿、餐饮、文化娱乐、旅游、房地产、商品零售等;公共服务,包括政府的公共管理服务、基础教育、公共卫生、医疗及