

北京高端服务业 发展研究

RESEARCH ON THE DEVELOPMENT OF
HIGH-END SERVICE INDUSTRY IN BEIJING

寇 静 朱晓青◎著



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

北京市社会科学基金项目研究成果

已列入中共北京市委党校、北京行政学院学术文库系列丛书

北京高端服务业 发展研究

RESEARCH ON THE DEVELOPMENT OF
HIGH-END SERVICE INDUSTRY IN BEIJING

寇 静 朱晓青◎著



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

北京高端服务业发展研究/寇静, 朱晓青著. —北京: 经济管理出版社, 2018. 3

ISBN 978-7-5096-5663-1

I. ①北… II. ①寇… ②朱… III. ①服务业—经济发展—研究—北京 IV. ①F726.9

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 027609 号

组稿编辑: 郭丽娟

责任编辑: 王 琼

责任印制: 黄章平

责任校对: 赵天宇

出版发行: 经济管理出版社

(北京市海淀区北蜂窝 8 号中雅大厦 A 座 11 层 100038)

网 址: www.E-mp.com.cn

电 话: (010) 51915602

印 刷: 北京玺诚印务有限公司

经 销: 新华书店

开 本: 720mm×1000mm/16

印 张: 14.75

字 数: 241 千字

版 次: 2018 年 5 月第 1 版 2018 年 5 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5096-5663-1

定 价: 59.00 元

· 版权所有 翻印必究 ·

凡购本社图书, 如有印装错误, 由本社读者服务部负责调换。

联系地址: 北京阜外月坛北小街 2 号

电话: (010) 68022974 邮编: 100836

前言

高端服务业是中国提出的新概念，其内涵、外延至今没有明确的界定。深圳市政府在2007年颁布的《关于加快我市高端服务业发展的若干意见》（深府〔2007〕1号）中首次提出高端服务业的概念，指出高端服务业是现代服务业的核心，具有高科技含量、高人力资本投入、高附加值、高产业带动力、高开放度、低资源消耗、低环境污染等特征。中国《服务业发展“十二五”规划》（国发〔2012〕62号）中也提出，推动生产性服务业向中高端发展，深化产业融合，细化专业分工，增强服务功能，提高创新能力，不断提高中国产业综合竞争力。这种表述，实际强调高端服务业是未来发展方向。党的十八大以来，遵循新发展理念，伴随供给侧结构性改革和产业优化升级，中国经济发展呈现出更多依赖消费引领、服务创新驱动的新特征。2015年中国服务业占GDP比例达到50.5%，首次占据国民经济半壁江山，超额完成“十二五”规划47%的指标（“十一五”规划43%的指标未实现）；2016年中国服务业占GDP比例进一步提升到51.6%，增速7.8%，远超第二产业增速6.1%和工业增速6.0%的水平。这说明中国已跨入服务经济时代，服务业已成为主导产业和拉动经济增长的主动力，高端服务业上升发展的空间更大。因为，按照主导产业升级理论，在农业时代主导产业是农业，在工业时代主导产业是工业，在后工业时代主导产业是服务业，在服务经济时代主导产业是高端服务业或现代服务业。但立足现实，放眼世界，与世界主要发达国家相比，中国服务业占GDP比例特别是高端服务业占GDP比例仍然有很大差距。党的十九大提出中国已跨入新时代，社会主要矛盾已发生根本改变，经济已由高速增长阶段转向高质量发展阶段，迫切需要质量变革、效率变革和动力变革，建设现代化经济体系，加快高端服务业发展和绿色发展，不断增强经济创新能力和竞争力，完



成建设现代化强国的战略目标。

北京早在 1995 年就确立了以服务业为主导的产业结构,但北京长期受城市总体定位、功能定位、产业及其空间布局定位不明的影响,只讲“优一产、强二产、大三产”的发展格局,实际是什么产业都发展,其结果不仅引发了“大城市病”,而且严重阻碍了创新发展和高端服务业发展,致使北京难以确立以高端服务业为主导的产业结构,既无法在京津冀协同发展中发挥核心和引领作用,也导致京冀之间存在“大树底下不长草”的巨大经济发展落差。2014 年 2 月,习近平总书记第一次视察北京发表重要讲话,要求北京破除“一亩三分地”的思维方式,明确北京“四个中心”的城市战略定位,疏解非首都功能,按照高端化、服务化、集聚化、融合化、低碳化的产业发展方向,优化三次产业结构。2015 年 5 月国家出台《京津冀协同发展规划纲要》,明确提出建立以首都为核心的世界级城市群的总体定位,要求北京重点疏解四类非首都功能,即一般性产业特别是高消耗产业,区域性物流基地、区域性专业市场等部分第三产业,部分教育、医疗、培训机构等社会公共服务功能,部分行政性、事业性服务机构和企业总部等。随着非首都功能疏解的深入推进,北京产业结构得以优化,高端服务业占 GDP 比例明显上升。2016 年北京金融业、信息服务业、科技服务业、商务服务业、文体娱乐业五大高端服务业占 GDP 比例达到 46.0%,比 2013 年提高 5 个百分点,年均增速高达 12.7%,远超工业和服务业的同类指标,成为首都经济在新常态下平稳增长的主动力和引擎。2017 年 2 月习总书记第二次视察北京,突出强调北京要发挥科技和人才优势,重点发展金融、科技、信息、文化创意和商务服务业,把“三城一区”建设作为新的增长极。2017 年 6 月,习近平总书记在中央政治局常委会审议的《北京城市总体规划(2016~2035 年)》讲话中再次强调,北京要优化城市功能和空间结构布局,以首都为核心,雄安新区和城市副中心为新的两翼,推动京津冀协同发展,继而建设世界级城市群;要处理好舍与得的辩证关系,突出创新发展,切实减量、减重、减负,舍弃“白菜帮”,精选“白菜心”,坚决腾笼换鸟,主要靠科技、金融、文化创意等现代服务业来支撑,着力打造“三城一区”,构筑发展新高地。同期,北京市十二次党代会提出构建“高精尖”经济结构,坚持做“菜心”,大力发展服务经济、知识经济、绿色经济、与首都城市战略定位相匹配的总部经济,加快培育金融、科技、信息、文化创



意、商务服务等现代服务业。北京作为世界级城市群中的首位城市，在京津冀协同发展大背景下，必须在减量发展的同时，把高端服务业作为未来产业发展的主攻方向，尽快确立高端服务业的主导产业地位，以带动区域经济乃至全国服务经济的优质高效增长。

在此新要求、新布局的大背景下，深入研究高端服务业相关理论及北京高端服务业发展的现状、主要特征、机遇挑战、重点难点、空间布局、发展趋势、政策环境、典型案例等重大问题，借鉴纽约、伦敦、东京发展高端服务业的经验，努力探索北京高端服务业发展的新思路、新战略和新办法，在理论层面，有助于丰富和发展具有首都经济特点的高端服务业发展理论；在实践层面，可以为加快非首都功能疏解，早日形成与“四个中心”定位相适宜、与“一核一主一副、两轴多点一区”城市空间结构相融合的“高精尖”产业体系提供重要决策参考。

本书共分九章，第一、第三和第八章由朱晓青撰写；其余章节由寇静撰写。全书主要建树和重点内容概述如下：

第一章论证高端服务业的内涵、外延、作用和研究目的。高端服务业是中国官方语义中的常用词，理论层面没有学术渊源根基，国内外相关研究成果都很少。笔者只能独辟蹊径，在梳理大量文献研究资料的基础上，从投入产出的新视角，对高端服务业的投入特性和产出特性进行了界定，指明高端服务业具有高收益性、高产业带动性和绿色环保性的产出特性，这是高端服务业的本质特征，使之与现代服务业、生产性服务业相区别。高端服务业的外延，从高端产业的维度，只涵盖金融业、科技服务业、信息服务业、商务服务业和文体娱乐业五大服务行业门类，但从产业高端的维度，金融业、科技服务业、信息服务业、商务服务业和文体娱乐业的内部构成必有低端部分。高端产业内部有低端的现实，并不否定产业总体的高端性，因为低端构成部分毕竟只是少数行业，不占主导地位，不影响产业总体高端化的发展格局。高端服务业能够发挥引导、融合、集聚和辐射的基本作用，是服务经济时代和世界级城市群中首位城市的主导产业，也是北京未来产业发展的主攻方向。

第二章阐明北京高端服务业发展面临的大格局和新要求。按照定位体系理论，习总书记对怎样建设首都都有清晰、严谨的设计，明确了首都的总体定位、战略定位、战略目标、产业及其空间布局定位、京津冀协同发展模式和新



两翼发展大格局，要求北京必须减量发展，聚焦高端服务业发展，这是北京未来产业发展的主攻方向和新高地。同时，中国经济已进入服务经济时代和高质量发展阶段，按照党的十九大提出的建立现代化经济体系的新要求，结合京津冀、环渤海和“一带一路”等区域经济发展大格局，也要求北京有 21 世纪眼光，高点定位，着力发挥“核心”和“牵头”作用，全力打造高端服务业，提升经济发展的质量和效益。

第三章阐述怎样建设现代化经济体系，规划布局未来北京高端服务业的发展。党的十九大提出中国进入新时代，必须建立现代化经济体系，提高全要素生产率。从理论维度分析，建设现代化经济体系的核心内容是依托创新驱动，提升产业智能化、融合化、绿色化、差异化和高端化的水平，实现优质高效发展。中国在建设现代化经济体系中，虽然取得了巨大成就，但也存在生产效率和服务业发展水平低、优质供给不足、创新和绿色发展亟待强化的突出问题，要解决问题，中国必须进一步明晰发展思路，深化改革，做好政府服务工作，推动产业沿着创新、智能、品牌、绿色和平台化的方向发展。相应地，针对北京而言，必须落实习总书记的讲话精神和北京未来发展的战略目标，规划布局好未来北京高端服务业发展，着力打造文化中心和科技创新中心，加快北京高端服务业的集聚发展和新两翼发展。

第四章分析北京高端服务业发展的总体情况。党的十八大以来，北京高端服务业在总体上取得了快速发展、集聚发展、高收益发展、创新发展、融合发展、京津冀协同发展和国际化发展的明显成效，高端服务业占 GDP 比例显著提升，呈现出优质高效发展的大趋势。

第五章概述北京高端服务业发展的典型案例。以中关村智造大街为例，说明招才引智、打造精准创新服务平台的基本做法和经验启示；以大北农为例，说明运用“实时监控+大数据+电商+金融”的模式，打造“互联网+农业”的基本做法和经验启示；以未来科学城为例，说明引进高端人才和中央国企，做好地方服务工作，引领科技创新发展的基本做法和经验启示。

第六章分析北京高端服务业发展现存突出问题及其成因分析。北京高端服务业发展现存突出问题是：高端服务业占 GDP 比例仅为 46%，80%集中在中心城区，集聚特色、规模收益和土地资源利用率有待提升，科技服务业和信息服务业的劳动生产率水平低于高端服务业总体水平，甚至低于文体娱乐业，创



新发展亟待加强,融合发展阻力大,区域协同发展的内在动力不足,国际化发展有待拓展。产生问题的根源,主要是缺乏对高端服务业的认识,政府主导产业集聚发展模式有偏差,激励创新政策不完善,统筹协调能力不足。

第七章论证城市经济和世界城市的特征及世界城市产业演进的启示。现代城市经济特别是世界城市经济具有以高端服务业为主导的特征。这一特征与城市经济发展的主要理论和一般规律相吻合。当今世界顶级的世界城市是伦敦、纽约和东京,具有世界政治中心、世界高端服务业中心和世界楷模城市的三大特征,受国家实力、科技革命、产业升级、创新发展等因素的影响,其产业高端化的演进路径和主要做法值得借鉴。通过对伦敦、纽约和东京发展高端服务业的演进路径分析和现状简介,说明了对北京发展高端服务业的三点重要启示,即产业政策引导是关键,城市群形成是支撑,国家实力是基础。

第八章论证京津冀建设世界级城市群面临的突出问题与对策。通过对纽约大都市圈、东京大都市圈和中国长三角城市群的分析,对比建设以首都为核心的世界级城市群的情况,说明京津冀存在经济总量水平低和河北“拖后腿”的突出问题。根源在于受行政区划利益影响、片面追求工业增长和缺乏协同创新发展。要发挥资源潜力和后发优势,京津冀就必须携手加快生态城和慢城建设,大力发展服务业特别是高端服务业,实施产业创新和融合发展的新战略。

第九章提出加快北京高端服务业发展的新思路、新目标和新战略。北京发展高端服务业必须以问题为导向,贯彻落实好习总书记对首都建设的系列讲话精神和党的十九大精神,明晰大格局和新要求,借鉴有关理论和经验,着力于质量、效益和动力变革,理清发展新思路,包括提高对高端服务业的认识,实施“互联网+”新的产业发展运作模式,深化改革和完善激励创新政策,强化治理能力和生态体系建设,优化减量发展和增量发展产业布局等,制定高端服务业优先发展行动计划,把到2020年确立高端服务业的主导产业地位作为新目标,围绕这一目标,明确中心任务,实施创新发展、融合发展、区域协同发展和国际化发展的新战略,全力推进北京高端服务业优质高效发展。

本书在研究方法上,既注重理论分析,也注重中外实际资料的考察与引用;既注重定性分析,也注重定量分析;既讲究典型数据资料的比较分析,也讲究运用基本理论,进行归纳总结分析,并提出了一些有新意的理论观点和具体措施。



本书作为北京市社会科学基金项目的研究成果，是笔者多年从事高端服务业发展研究的一次集中展示，也是笔者努力探索研究新情况、新问题、新经验、新理论、新思路和新办法的初步尝试，意在“登高望远”，指明方向，“抛砖引玉”，引起各方面对北京高端服务业发展的高度关注，为有关领导和理论工作者进一步拓展研究北京高端服务业发展的思路提供参考借鉴。恳请广大读者多提宝贵意见和建议。

本书在撰写出版过程中，有幸得到有关领导和学者的大力帮助。特别是北京市社科规划办成果处处长尹岩同志，以及北京市委党校的常务副校长王民忠同志、副校长韩久根同志和科研处处长鄂振辉同志，为本书的资助出版提供了很大帮助与支持。经济管理出版社的郭丽娟同志为本书出版做了精心安排。在此，对这些同志表示衷心的感谢！

寇静 朱晓青

2017年12月30日

目 录

第一章 高端服务业的内涵、外延、作用和研究目的	1
第一节 高端服务业的内涵	1
第二节 高端服务业的外延	8
第三节 高端服务业的定义及其与现代服务业的关系	13
第四节 高端服务业的基本作用	15
第五节 对北京高端服务业研究的总体框架和研究目的	17
第二章 北京高端服务业发展面临的大格局和新要求	20
第一节 北京定位体系明晰	20
第二节 北京具备发展高端服务业的外在环境和内在竞争优势	25
第三章 建设现代化经济体系，规划布局未来北京高端服务业的发展	30
第一节 新时代发展逻辑和经济发展战略目标	30
第二节 怎样认识现代化经济体系	32
第三节 中国建设现代化经济体系的现状与问题分析	49
第四节 加快中国现代化经济体系建设的基本思路 and 战略措施	59
第五节 规划布局未来北京高端服务业的发展	62
第四章 北京高端服务业发展的总体情况	79
第一节 快速发展	79
第二节 集聚发展	81
第三节 高收益发展	83
第四节 创新发展	84



第五节 融合发展	86
第六节 区域协同发展	88
第七节 国际化发展	91
第五章 北京高端服务业发展的典型案例	96
第一节 中关村智造大街——打造创新服务平台	96
第二节 大北农科技集团股份有限公司——探索“互联网+”农业发展 新模式	109
第三节 未来科学城——引领北京科技创新发展	119
第六章 北京高端服务业发展现存突出问题及其成因分析	130
第一节 突出问题	130
第二节 主要成因分析	142
第七章 城市经济和世界城市的特征及世界城市产业演进的启示	148
第一节 城市经济的特征、主要发展理论和一般规律	148
第二节 世界城市的本质特性及其兴起与发展的主要因素	162
第三节 世界城市的产业演进及其经验和启示	166
第八章 京津冀建设世界级城市群面临的突出问题与对策	185
第一节 对世界级城市群的认识	185
第二节 京津冀建设世界级城市群现存主要问题	187
第三节 京津冀建设世界级城市群现存主要问题的成因分析	192
第四节 推进京津冀建设世界级城市群的基本思路和主要措施	194
第九章 加快北京高端服务业发展的新思路、新目标和新战略	204
第一节 新思路	204
第二节 新目标和中心任务	210
第三节 新战略	211
参考文献	221

第一章 高端服务业的内涵、外延、作用和研究目的

第一节 高端服务业的内涵

一、对服务经济思想的基本认识

1987年法国学者德劳内和盖雷出版的《服务经济思想史 三世纪的争论》一书，对服务经济的主要学术观点进行了系统梳理和简介。^①以此为基础，进一步归纳服务经济学的主要学术观点，可以按时间循序聚焦在三个方面：一是1850年前的古典服务经济思想从单纯的物质生产角度出发，普遍认为，服务属于非生产性的剩余部门，只有“寄生性”，没有生产性，不创造价值，可有可无，包括军人、牧师、律师、艺人、仆人等从业人员越少越好。经济发展只能靠工农业生产，服务作为非生产性的“第三部门”应大力压缩，以提高劳动生产率和国民经济发展水平。二是1850~1930年的服务经济思想集中对服务非生产性的古典理论进行了修正，明确提出了服务具有生产性、能够成为主导产业的主张。相关理论强调物质生产是为了满足需求，服务也是为了满足需求，甚至是更高层次的精神需求，因而一切皆服务，服务能够创造价值，可以

^① [法] 德劳内，盖雷．服务经济思想史 三世纪的争论 [M]．上海：格致出版社，2011．



构筑更加人性化的社会发展模式。同时,有些学术观点认为,伴随物质生产方式的转变,生产要占领价值链的高端,必然要向“微笑曲线”的两端延伸,使研发和营销服务成为生产发展的关键和主攻方向,促成生产效率的提高和生产服务化的大趋势,由此决定生产与服务具有不可分割性和融合性,服务既具有生产性,也会导致后工业社会的形成,使服务业替代工业占据国民经济的主导产业地位。三是1930年以后的服务经济思想不再争论服务的生产性和价值性问题,而是聚焦在服务型社会或服务经济占主导地位下的生产效率问题,即服务业的劳动生产率长期零增长、负增长或低于工业增长,存在所谓的“成本病”(Cost Disease)问题。究其原因,主要在于服务业内部存在停滞服务业(Stagnant Services),该服务业的显著特征是,随着时间推移就业人数将大量增长,包括教育、医疗、文化、零售、餐饮、家政等消费型服务业,因而无法有效降低人工成本,只能靠高收费、高物价支撑,致使整体服务业的效率难以提高。要解决根本问题,治愈成本病,就必须推进新服务经济(New Service Economies)、进步服务业(Progressive Services)、先进服务业(Advanced Services)、生产者服务业(Producer Services)、知识密集型商务服务业(Knowledge-Intensive Business Services, KIBS)和自我服务(Self-Service)的发展,解决服务业就业人数增长和劳动生产率水平低的突出问题。

国外相关提升服务业效率的理论,对指导中国服务业发展有重大影响。中国不仅直接引入了生产性服务业或生产者服务业的概念,而且提出了本土化的现代服务业和高端服务业的范畴,以着力解决服务业提质增效升级的问题。1997年党的十五大报告首次出现现代服务业的提法,并与传统服务业相对称,要求在发展现代服务业的同时,对传统服务业进行升级改造。中国“十三五”规划更明确要求开展加快发展现代服务业行动,以推动服务业优质高效发展。这说明中国试图采用发展现代服务业的路径,提升服务业效率。2007年深圳市政府出台了《关于加快我市高端服务业发展的若干意见》,首次提出高端服务业的概念,并认为高端服务业是现代服务业的核心,具有高科技含量、高人力资本投入、高附加值、高产业带动力、高开放度、低资源消耗、低环境污染的特征,是高效发展服务业的主攻方向。2015年中国颁布《京津冀协同发展规划》,明确要求北京加快科技服务业等高端服务业的发展,为北京服务业的提质增效升级指明了方向。



2016年中国服务业占GDP的比例为51.6%,^①北京服务业占GDP的比例为80.3%,^②位居全国省级区域首位。在中国已形成服务业为主导产业结构和京津冀协同发展、环渤海协作发展的大背景下,北京高端服务业的发展举世瞩目,示范、引领效应凸显。这就需要从理论维度,深入探讨高端服务业的内涵、外延和作用,以为北京加快发展高端服务业打下坚实基础。

二、对高端服务业基本特性的认识

高端服务业是相对于低端服务业而言的。高端服务业作为一个相对动态概念,具体考察某一服务行业,很容易辨别出哪一业态属于高端、哪一业态属于低端。例如,五星级酒店是高端业态,二三星级酒店是低端业态。这种直观判断,虽然说明每一服务行业内部都有高端与低端之别,但无法清晰界定高端服务业的内涵或基本特性。

国内学术界对高端服务业基本特性的研究有一些代表性的观点。杜人准认为,高端服务业具有技术密集、知识密集、资本密集、附加值高、资源消耗低、环境污染低、集聚性高和产业带动高的特点。^③王廉认为,高端服务业具有高智、高效、高资本、高收益和高时尚的“五高”特征。^④原毅军认为,从强调高端服务业是现代服务业的核心部分的定义出发,对高端服务业特性的界定过于主观随意和抽象含糊,需要从投入特征(知识密集和人力资本密集)、需求特征(需求来自知识密集型制造业和高端服务业自身)、产业关联特征(高成长性、产业带动力高)的维度重新界定;研究结论是高端服务业具有需求高端性、技术密集性、要素高端性和溢出效应。^⑤申静认为,高端服务业具有知识密集性、专业密集性、智力密集性、产业带动性、低资源消耗性和低环境污染性以及知识互动、扩散和创新功能。^⑥王冠凤认为,高端服务业具有知

① 许剑毅. 2016年中国服务业快速增长 [EB/OL]. 人民网, 2017-01-22.

② 北京市统计局. 2016年全市经济平稳健康发展 [EB/OL]. 北京市统计局网站, 2017-01-22.

③ 杜人准. 努力推进高端服务业的发展 [J]. 经济研究参考, 2007 (65): 27.

④ 王廉. 高端服务经济研究 [J]. 经济师, 2009 (3): 42.

⑤ 原毅军等. 中国高端服务业发展研究 [M]. 北京: 科学出版社, 2011: 9-29.

⑥ 申静等. 北京市高端服务业的内涵与外延 [J]. 技术经济, 2015 (9): 39.



识资源密集和创新要素密集的特性。^①由此归纳,国内学者普遍认为,高端服务业具有知识密集性、技术密集性、人力资本密集性、创新性和产业带动性的突出特征。

国外与高端服务业相接近的概念是 KIBS 和先进服务业(或进步服务业)。国外学者对 KIBS 和先进服务业的研究,立足于提高劳动生产率、治愈“成本病”的维度,力图证明 KIBS 和先进服务业具有高效性,而不仅仅是高收入性。这与国内学者把高端服务业看作是现代服务业的核心部分的研究视角是有明显差异的。国外学者对 KIBS 和先进服务业基本特性的研究,也有一些代表性观点。鲍莫尔认为,先进服务业具有技术导向性,能够依托创新、资本积累和规模经济带动人均产出累积增长。^②沃尔夫认为,先进服务业具有服务差异化特性,新技术和计算机应用可以带来生产差异化效应,目的是提高利润水平,而不是提高劳动生产率。^③佩蒂特认为,KIBS 具有获取更多知识和信息的特性,包括组织内形成和外包,以形成信息技术应用为核心的知识和信息的扩散效应,实现提高劳动生产率的目的。^④米尔斯认为,KIBS 具有创新性,在完整创新系统中,KIBS 不仅是新信息技术的最密集使用者,而且在创新系统中扮演中介服务和组织融入的角色,是引领其他产业创新发展的先驱性代理人。^⑤OECD (Organization for Economic Co-Operation and Development) 认为,KIBS 是指技术及人力资本投入密度较高、附加值大的服务业。^⑥Kemppila 和 Mettanen 认为,KIBS 除了具有高知识投入、高专业能力、高互动性等特征外,还具有知识扩散和创造功能。^⑦由此归纳,国外学者普遍认为,KIBS 和先进服务业具有知识密集性、信息技术广泛应用性、服务差异性、人力资本高投入性、创新性和产业融入、引领性的突出特征。

① 王冠凤.创新驱动上海高端服务业结构优化[J].中国流通经济,2016(15):74.

② [法]盖雷.服务经济思想史[M].北京:格致出版社,2011:64.

③ [法]盖雷等.服务业的生产率、创新与知识:新经济与社会经济方法[M].上海:格致出版社,2012:31.

④ [法]盖雷等.服务业的生产率、创新与知识:新经济与社会经济方法[M].上海:格致出版社,2012:93-99.

⑤ [法]盖雷等.服务业的生产率、创新与知识:新经济与社会经济方法[M].上海:格致出版社,2012:158-160.

⑥⑦ 申静等.北京市高端服务业的内涵和外延[J].技术经济,2015(9):39.



通过系统梳理国内外学者对高端服务业、先进服务业和 KIBS 基本特性的认识,笔者认为,对高端服务业本质特征的研究远未终结,现有研究成果和代表性观点仍不完善,主要是没有从“投入产出”的维度,对高端服务业的特性进行系统的分类论证。也就是说,高端服务业之所以高,从产出结果看,必定具有高收益、高产业带动力和绿色环保的突出特征,这是高端服务业最根本的特性;从投入要素和运作方式看,必然具有高智力、知识密集、高技术导向和应用、高诚信,特色化或差异性、集聚性或集群性、创新性和新兴性的突出特征,使之与低端服务业相区别。因此,笔者认为,要清晰界定高端服务业的基本特性,很有必要从投入产出的维度,把高端服务业的特性分为两部分,分别称之为高端服务业的产出特性和高端服务业的投入特性。下面做具体分析和论证:

(一) 高端服务业的投入特性

高端服务业的投入和运营主要是靠高质量的软资产,而不是硬资产。这类高质量的软资产,更多的表现形式为无形资产和高成本要素供给,由此集中显现出高端服务业的投入特征,主要有以下八大特性:

1. 高智力性

高端服务业的高智力,实际表现为从业人员能够胜任脑力复杂劳动。在信息化、智能化和数字经济大发展的现实背景下,可以被机器人所取代的劳动,通常是体力劳动和简单的脑力劳动,而脑力复杂劳动不易实现智能化。所以,高端服务业需要高智力支撑,从业人员大都具有良好的教育背景、专业知识基础和技术、管理的能力,能够提供具有脑力复杂劳动特性的服务,从而形成了高端服务业的核心竞争力和“白领”、“灰领”高收入阶层。例如,计算机软件设计师就很难被智能机器人取代,其高收入源于脑力复杂劳动。

2. 知识密集性

高端服务业立足于知识的生产、传播和使用服务,是知识的集大成者,也是知识特别是专业知识的提供者,使知识能够在服务过程中实现增值,例如,科研服务、文化传媒服务、专业技术服务和计算机软件应用服务等。

3. 高技术导向和应用性

高端服务业追求高技术导向,不断探索科技含量高的服务方式,把广泛应用现代信息网络技术和其他最新科技成果作为服务手段,努力提高服务效率。



最为典型的实例是创客、极客和痛客以高技术服务手段为消费者提供服务。

4. 高诚信性

高端服务业以信誉为本，既要精心打造高品质服务形象或优质品牌，又要千方百计维护好口碑和信誉度，不容在诚信方面有任何闪失，非常依赖良好的品牌和形象吸引消费者，构筑忠诚消费群体网络，以达到规模经济和高收益的目的。例如，名人字画之所以售价高，就源于品牌效应；美国安然会计公司之所以瞬间崩塌，就源于被披露做假账。

5. 差异性或特色性

服务业发展有两条基本路径，即差异化、特色化发展路径和低成本规模扩张路径。其中，低成本规模扩张路径，强调供给要素（包括劳动力、经营场所、资金和技术等）的低成本，难以获取高收益。高端服务业发展通常不走低成本规模扩张的路径，强调差异化和特色化服务，乐于承受高成本的供给要素，勇于服务创新，以获取高收益。例如，金融业就是高成本供给要素的承担者，讲究特色化创新发展。

6. 集聚性或集群性

俗话说：“商业不怕扎堆”。高端服务业发展强调面对面服务的人际交流和信息沟通，突出集聚或集群效应，是各种服务活动和服务行业相互分工、相互补充、相互融合、交互集群的结果，也必然会形成高端服务业集聚区。例如，在美国纽约、英国伦敦、日本东京等世界城市中，不仅聚集了金融、电信、文化、商务服务等众多的高端服务行业，而且聚集了众多的工商企业总部和服务企业总部，使之能够充分发挥集群效应、乘数效应和对外辐射力。

7. 创新性

高端服务业是把服务中的“痛点”作为创新发展的起点，不断追加创新供给要素，不断推出新经营理念、新技术、新产品、新组织模式、新商业模式、新服务过程 and 资源整合、新价值链构成和新业态等，以冲破原有规制、资源和运营模式的束缚，形成新的内在驱动力、产业带动力和融合力。所以，高端服务业的生命力、活力和影响力就是创新。例如，小米手机运用实体店“绝对买不到”的互联网营销方式，让小米手机“绕过”物流仓储分销和广告宣传等传统营销模式，省下 16%~20% 营销费用支出，用于提升小米手机的质量和降低售价，从而迅速赢得市场。