

产业经济学创新研究丛书

现代服务产业 基础研究

the Basic Research
on Modern Service Industry

王守法◎著



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

产业经济学创新研究丛书

现代服务产业 基础研究

the Basic Research
on Modern Service Industry

王守法◎著



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

北京

图书在版编目 (CIP) 数据

现代服务产业基础研究 / 王守法著. —北京: 中国经济出版社, 2007. 2

ISBN 978 - 7 - 5017 - 7767 - 9

I. 现... II. 王... III. 服务业—研究—中国 IV. F719

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 115107 号

出版发行: 中国经济出版社 (100037 · 北京市西城区百万庄北街 3 号)

网 址: www.economyph.com

责任编辑: 牛慧珍 (电话: 010—68355210 E-mail: niuhuizhen@yahoo.com.cn)

责任印制: 石星岳

封面设计: 任燕飞

经 销: 各地新华书店

承 印: 北京君升印刷有限公司

开 本: A5

印 张: 11.5

字 数: 310 千字

版 次: 2007 年 2 月第 1 版

印 次: 2007 年 2 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978 - 7 - 5017 - 7767 - 9/F · 6473

定 价: 26.00 元

版权所有 盗版必究

举报电话: 68359418 68319282

服务热线: 68344225 68369586 68346406 68309176

王守法



1954年6月生，汉族。经济学博士，教授，现任北京工商大学党委书记，中共北京市九届委员会候补委员，中国机械工业教育协会副理事长。主编、参编专业书籍10余部，代表著作有《生态投融资问题研究》《高等教育与经济发展研究》。在《经济研究》等核心期刊上发表学术论文20余篇，主持参与国家及省部级课题10余项。

本书界定了现代服务业的门类——金融服务业、经纪服务业、法律服务业、信息咨询业、会展业、旅游业，并在此框架下全面系统地分析了它们的产生、发展现状、问题等，具有较高的理论价值和实践价值。

本社近期陆续推出：
产业经济学创新研究丛书



●《理论与量化：
现代服务产业发展研究》
李朝鲜 著



●《现代服务产业基础
研究》
王守法 著



●《区域产业与金融发
展研究》
杨德勇 著



●《首都经济与金融
业发展研究》
秦艳梅 著



●《产业结构与财政金
融协调发展战略研究》
杨德勇 陈志楣 著

总 序

20多年前，当我还在原北京商学院从教之时，以流通经济、服务经济为重点的产业经济教学研究就是该校学科和专业建设的核心。如今，由原北京轻工业学院和原北京商学院组建而成的北京工商大学传承了历史优势，其产业经济学作为北京市重点学科，经过多年建设，取得了更为丰硕的成果。在由北京工商大学中青年学者们研究撰写的学术专著“产业经济学创新研究丛书”问世之时，我当然乐意为其作序。

产业经济学是以经济领域中产业的组织、结构、管理、政策与发展规律为研究对象的，西方经济学将其定位于介于微观经济学和宏观经济学之间的“中观经济学”。在中国，产业经济学是近年来经济学理论研究最活跃、成果最丰富的领域之一，它几乎涉及生产和流通的各个领域，直接关系到国民经济的运行和发展。

“产业经济学创新研究丛书”充分吸收了中外产业经济学领域研究的最新学术成果，并从分析中国产业经济现实实践出发，研究了产业内部的结构、企业行为、市场要素、资源配置、区域分布、发展战略、公共政策等重大问题，具有较高的学术价值和较强的现实意义。我在阅读了这套丛书第一批几本的初稿之后，深为中青年学者们勇于探索的精神所感动。从这几本书的思路、结构、研究方法和主要内容，可以看出这套丛书有以下几个方面的创新之处：

一是研究的中心集中于产业经济的一个新兴领域——现代服务业。广义的现代服务业内涵十分丰富，包括生产性服务、生活

性服务、金融服务、公共服务及传统服务业的升级等多方面的内容。随着中国经济的发展,现代服务业日益成为国民经济的先导性行业,在国内一些经济发达的城市和地区,现代服务业更成为未来产业结构中的支柱产业。这不仅符合经济发展的客观需要,也符合经济发展的内在规律。现代服务业作为新兴产业,对其发展规律的研究起步较晚,尚有许多重大理论问题需要深入探索。这套丛书通过分析现代服务业发展的特征和规律,分析影响现代服务业发展的各种因素,研究现代服务业的内部结构、空间布局、宏观比例、发展时序、产业规制、政策协调等基础性理论问题,建立现代服务业发展模型,论证战略发展模式和发展重点的选择,无疑会为中国现代服务业的发展提供理论依据和决策支持,促进现代服务业快速、持续、健康地发展。

二是研究的系统性、综合性强。现代服务业内涵丰富,涉及的行业范围广,而其各分支行业的差异性也很大。总体上看,对现代服务业的研究可以从微观和宏观两个层面进行。微观层面的研究着重解决企业或某一具体行业的问题,其研究的内容和方法与一般微观经济研究具有较大的同质性;宏观层面的研究则强调从产业整体出发,提供对产业管理和宏观决策具有指导意义的研究成果。从目前国内外现代服务业的研究成果看,微观研究成果相对较多,宏观研究较多地是从分支服务行业主管部门的角度,分析某特定领域如流通、金融、旅游、通讯、房地产等行业的发展情况、政策导向、行业管理和运行规范,或者以“拼盘”的方法进行合成。本套丛书虽然也分成了若干专题,但其研究的逻辑思路和总体架构是统一的,都是以产业经济学的理论体系为支撑,从宏观层面上进行系统地、综合地分析和研究。

三是研究方法比较科学。从宏观层面系统地研究现代服务业问题需要有科学的研究方法。本套丛书以中国经济发展的现实为基础,以详实的数据、案例等资料为依据,运用定性分析和定量分析、规范分析和实证分析相结合的研究方法,从投资、收益、储蓄、就业、资本、国际贸易、增加值等多种因素,分析各经济

变量与现代服务业发展的相关程度和因果联系，确定现代服务业发展的条件和决策判断依据，从而为其研究结论的科学性奠定了基础。

四是站在学术研究的前沿，重点突出。本套丛书充分吸纳国内和国外最新的研究成果，以探究产业经济特别是现代服务业发展的基本规律为宗旨，以中国当代产业发展为研究对象，以世界经济发展为明鉴，集百家之长，分析和研究的重点大多是当今的理论热点和学术前沿问题。在统一的逻辑思路和框架体系下，丛书的各单部著作均有各自的研究重点，围绕现代服务业这一研究核心，分别从不同的侧面提出了具有创新性、科学性的研究结论。

“产业经济学创新研究丛书”是北京工商大学部分中青年学者多年研究成果的集中展示，相信当这套丛书全部出齐以后，将会对建立现代服务业理论体系，规范教学，提高质量，指导实践，促进现代服务业发展的科学决策产生积极而深远的影响。

在创新中发展，在发展中创新，这是事物发展的内在规律。这套丛书定有许多不足之处，但只要有这种精神，就会不断充实，不断完善，不断创新，不断发展。我相信北京工商大学的青年教师和学者，一定会沿着自己的路，走得更好，走得更远。

中国人民大学教授、博士生导师

齐国雄

2006年9月15日

目 录

总 序

黄国雄

第一章 服务业与现代服务业

- 第一节 服务与服务业概述 1
- 第二节 现代服务业的内涵 12
- 第三节 现代服务业的行业分类 15

第二章 现代服务业兴起的基本理论

- 第一节 现代服务业理论溯源 22
- 第二节 服务经济理论 31

第三章 现代服务业的发展及现状

- 第一节 现代服务业的国际发展 44
- 第二节 我国的现代服务业 52

第四章 金融服务业

- 第一节 我国金融服务业概述 69
- 第二节 我国金融服务业存在的问题 87
- 第三节 我国金融服务业的未来趋势 93
- 第四节 发展我国金融服务业的对策 104

第五章 经纪服务业

第一节 经纪服务业的行业界定	116
第二节 经纪服务业的产生及其作用	120
第三节 我国经纪服务业的发展及现状	121
第四节 我国经纪服务业发展中的问题	153
第五节 发展我国经纪服务业的对策	154

第六章 法律服务业

第一节 法律服务业的行业界定	160
第二节 我国法律服务业的现状	167
第三节 我国法律服务业的机遇和挑战	176
第四节 发展我国法律服务业的对策	180

第七章 信息咨询业

第一节 信息咨询业的产生与界定	187
第二节 信息咨询业的作用	189
第三节 信息咨询业加速发展的动因	192
第四节 我国的信息咨询业	200
第五节 我国信息咨询业的国际比较	213
第六节 发展我国信息咨询业的对策	224

第八章 会展业

第一节 会展业的起源与发展	237
第二节 会展业的相关界定	240
第三节 会展业的作用与特点	242
第四节 国际会展业发展概述	250
第五节 我国的会展业	254
第六节 我国会展业的发展趋势	263
第七节 入世对我国会展业的影响	265
第八节 我国会展城市介绍	274

第九节 国际会展城市介绍	287
--------------------	-----

第九章 旅游业

第一节 旅游业的内涵	293
第二节 旅游业的构成	304
第三节 旅游业的作用	315
第四节 我国的旅游业	321

第十章 我国代表城市的现代服务业

第一节 北京市的现代服务业	338
第二节 上海市的现代服务业	345
第三节 深圳市的现代服务业	349

参考文献

第一章 服务业与现代服务业

第一节 服务与服务业概述

21 世纪的经济是以服务业为主导的经济。知识经济和经济的全球化催生了许多新型的服务业，也就是我们常提起的现代服务业。随着现代服务业的异军突起，它在产业结构中占据了越来越重要的地位，并且，在人们的日常生活中，现代服务业已经成为不可缺少的行业，因此有必要对现代服务业进行研究。本书的开篇部分首先对服务与服务业做一简单介绍。

一、服务的含义阐述

“服务”这个词，人们经常使用，但其含义往往并不相同。从最广泛的意义上说，在社会分工存在的条件下，人们分别进行不同的劳动，在不同行业中进行操作，就是彼此为对方提供服务。但在现实生活中，由于社会分工的发展，一部分人不从事工农业生产，只为他人提供非工农业产品的效用或有益活动，人们便把这种现象称之为服务。实际上，要想简单地说明服务是什么是非常困难的，即使在今天，给服务下一个简单的定义也几乎是不可能的，因为服务涉及人类复杂的行为。所以，国内外至今也没有形成一个被普遍接受的权威观点。《辞海》是这样解释服务的：“不以实物形式而以提供活动的形式满足他人某种需要的活动。”随着时代的变迁，对服务的理解也在很大程度上发生了变化，它不断地被赋予新的含义。在现代社会，给服务以正确的定

义,已成为经济、政治、文化各个领域的重要问题。

在西方经济学文献中,“服务”大约有三种含义:第一,如果某个人或企业提供某种帮助或使用价值,从而使接收者的福利得到改善,则这个人或企业就是在提供服务。第二,服务是具有交换价值的无形交易品,其使用价值可以是瞬间的(比如娱乐)、重复使用的(比如信息)或可变的(比如专业化服务咨询)。第三,服务是个人或企业有目的的活动的结果,可以取得报酬,也可以不取得报酬。

由于服务问题的复杂性,经济学家们一般在理论文献中都避开对服务定义问题的讨论,而主张以现有对商品和服务的统计区别为基础直接研究相关的经济问题。本书为了研究的需要,尝试对服务下一个简单明确的定义,因此,借鉴一些经济学家的观点,把服务表述为:服务,是一个经济主体使另一个经济主体增加价值,并主要以活动形式表现的使用价值。该定义反映了三个要点:第一,服务首先具有使用价值,是一种无形产品;第二,服务是交易对象,应当反映不同经济主体之间的关系,如果是同一经济主体内部发生的经济关系,比如为自己做家务等,就不能叫做服务;第三,服务是运动形态的客观使用价值,一般不表现为静态的客观对象。对服务的本质和特性等问题,在本书后面的章节中还要进一步说明。

这里有必要说明一下服务与劳务的区别。服务与劳务,二者的英语单词是一样的,都是 service,所以有些观点将它们看作是等同的。在中国经济学家的看法中,比较普遍的观点是服务即劳务。这种观点的代表作是《劳务经济学》,该书认为“劳务,又称服务,也称第三产业,是国民经济中的一个重要组成部分。”很明显,此处是把服务和劳务等同看待的。但是,本书对这种观点持有不同的观点,认为:服务和劳务,虽然形式上都是人的某种劳动活动的表现,但实质不同。从事或提供服务活动的个人或企业,必须拥有一定的生产资料,如服务设施、工具、原料等等。而劳务的提供者,只要具有一定的劳动能力,就能够为消费

者提供劳动活动,通俗地说就是出卖劳动力。服务与劳务的主要区别在于:第一,服务是社会劳动分工的产物,是生产力发展的表现;而劳务是人们将自己的劳动能力提供给他入驱使,是生产关系发展的表现。第二,在生产活动过程中,服务生产的特点是服务生产者必须具备劳动者、劳动资料,其劳动对象则由消费者来提供或指定;劳务生产的特点则是,劳务生产者仅具备有劳动者,劳动对象和劳动资料均由消费者提供。因此,服务和劳务是性质不同的两个经济范畴。

二、服务的特性

由于服务的特殊性,带来服务定义的不一致性,因此也就决定了服务特点的多样性和不确定性。概括起来,大多数服务与一般物质商品相比,具有以下显著不同的特性。

1. 无形性

服务不同于一般商品,除非服务包含在商品当中,否则,服务便是无形的,这是服务最主要的特性。这可以从两个方面来理解:一是与有形的消费品或工农业产品比较,服务的空间形态基本上是不固定的,在很多情况下人们不能触摸到,或不能用肉眼看见它的存在;二是有些服务的实用价值或效果,往往在短期内不易感受到,通常要等一段时间后,使用或享用服务的人才能感觉到服务所带来的利益,比如教育服务、一种品牌作为无形资产的价值等。服务是一种执行的活动,由于它的无形性,服务在被购买之前,无法像有形产品一样被消费者看到、尝到或感觉到,这正是服务与有形产品之间的差异。所以顾客在购买服务产品时,有时因为难以确定其品质而要承受不确定的风险;因此,在当代,服务提供者正尽可能使无形的服务有形化,即在某些情况下服务提供者的生产形式是“物化服务”。

“物化服务”就是把服务物质化,一种情况是服务生产者改变了一些人或者他们所拥有的商品的状态以后,服务就被认为是“物化”了,这种改变对个人或商品所有者是有实际价值的,如

学生受益于教师的物化服务,病人受益于医生的物化服务,一种品牌的无形资产经评估形成价格等;另一种情况是用现代化手段实现物化服务,比如把乐队演奏或演员演出的全过程录音录像,制成磁带或录像带,把计算机程序编成软件等,这就实现了服务的物质化。

2. 即时性

服务的即时性主要表现在两个方面:

一是不可分离性。即服务的生产与消费过程通常是同时发生的,它不像有形产品那样,在生产、流通、消费过程中,一般要经过一系列的中间环节,因而生产与消费过程一般都具有一定的时间间隔,而服务产品与其提供来源大多是无法分割的。也就是服务人员提供服务给顾客时,也正是顾客消费服务的时间,两者在时间上是同时进行的。由于服务的不可分割性,使得大多数情况下,顾客必须介入生产流程,使得服务的提供人员与顾客之间的互动极为密切,购买服务者对于服务品质也有相当的影响。正因为如此,两者均会影响服务产出的结果,顾客与其接触的服务人员之间的互动,也影响顾客所认知的服务品质。服务的这种特性还表明,顾客在很多情况下,只有而且必须加入到服务的生产过程中才能最终消费到服务。

二是不可储存性。多数服务无法像一般的有形产品一样,在生产之后可以存放待售,它是不能被储存的。消费者在大多数情况下,亦不能将服务携带回家保存起来。也就是说,服务的生产和消费必须在同一时间同一地点进行,例如美容美发、餐饮服务、仓储运输服务、旅馆、旅游及医疗服务等。当然,有些服务是利用一定的设备进行的,这些设备可能会提前准备好,但生产出来的服务如不及时消费,也会造成损失,只不过这种损失不像有形产品的损失那样明显。因此,由于服务的易逝性而无法被储存,使得服务业对于需求的波动更为敏感。应当指出,随着以计算机和通信技术为基础的新兴信息服务业的出现,服务不可贮存和运输的传统特性正在发生变化。

3. 异质性

服务具有高度的异质性,即使是同一种服务,受到提供服务的时间、地点及人员等因素的影响很大;尤其是必须有人员接触的服务,其服务品质的异质性就相当大,服务的构成成分及其质量水平经常变化,甚至每天都有变化。原因一是服务提供者自身因素的影响,同一种服务也会因人而异,即使同一服务人员在不同时间不同地点提供的服务也可能会有不同的水准;二是由于顾客直接参与服务的生产和消费过程,而顾客本身的因素,如知识水平、兴趣和爱好等,也会直接影响服务的质量和效果。因此,同一种服务的一般与特殊的差异是经常存在的。服务的这个特征,决定了服务的质量和效果要受到生产者和消费者两方面的影响。这样,服务质量就有很大的弹性,这既为服务行业创造优质服务开辟了广阔的空间,也给劣质服务留下了活动的余地。

4. 结合性

在现代市场经济体系中,特别是随着知识经济的到来,服务与商品存在一定的替代性和统一性。在不少情况下,替代性表现在服务可以替代商品,如运输服务可以替代工农业生产者的自备运输工具,到餐馆就餐可以替代消费者自己的炊事活动。反过来,商品也可以替代一部分服务,如自动售货机的出现等。另外,在当前,人们对于商品和服务的需求都是通过货币购买来实现的,而且一部分服务与商品已连为一体,不可分离,这充分体现了二者的结合性。特别值得注意的是,现代服务有一个重要的特征,就是提供有用效果往往和实物产品相结合,只提供非实物形态的“纯服务”越来越少。现代服务业提供的既是非实物形态的服务,同时也是物质生产性的劳动。在当代发达的市场经济条件下,服务与物质生产相结合表现得更为明显。比如现代化的快餐店,既提供快餐食品,又提供店堂休闲及其他附加服务;现代文化服务企业,既可以提供现场演出,也可以运用现代的影视技术,将演出制成光盘等以有形的产品出售;至于家用电器等日常用品,售后服务更是成了不可缺少的内容。这表明,物质性生产

成分的扩大及其与提供有效服务相结合,是当代生产力发展条件下现代服务的显著特征。

5. 知识性

近几年来,在发达国家和新兴工业化国家,产业结构呈现“由硬变软”的趋势,实质是传统的物质生产为主的经济发展模式向新兴的信息生产为主的经济发展模式转换,也就是从物质经济到知识经济的转换。在发达国家和新兴工业化国家,信息服务业已成为服务业中的主要产业,以至于有人把信息服务业称为第四产业,而信息服务业的主要特征就是知识性。此外,随着科学技术的发展,服务行业产生了质的变化,使得服务业迅速扩大,服务项目迅速增加,一跃而成为社会经济中的主要部门。在这一过程中,许多服务行业从制造业分离出来,形成独立的经营行业,其中以技术、信息、知识密集型服务业发展最快,其他如金融、管理咨询等服务业,由于运用了先进的技术手段,包括硬件和软件技术的应用,也很快在全世界范围内扩展,即使是传统的服务业,如运输、贸易、旅游、饮食、建筑等也借助于先进的科学技术知识手段,加速生产设备的更新换代,大大提高了劳动生产率。可以说,当代服务业明显体现了知识经济的特征。

当然,对于服务的以上特性应当辩证认识,这是因为:第一,随着当代科学技术的进步,上述服务的特点不一定适用于每个服务行业,比如信息产品;第二,在现代通讯与信息技术的支持下,传统服务的生产与消费的同时性特点正在改变;第三,商品与服务在交易时的区别也在逐步消失,现代交易品往往实行商品与服务的捆绑式销售,如一台个人电脑常常与各种软件捆绑交易;第四,在技术变革的背景下,企业的产品也逐步融合,传统的商品生产企业同时从事服务的生产,这种趋势非常明显。特别是飞速发展的科学技术,使得服务的内涵不断融入了科技的含量,因此,服务的任何特点也都只能是相对的和暂时的。正因为如此,经济学界对服务的认识也是一个不断深入的过程。服务的本质与特性等问题会随经济发展而不断变动,因此对这些问题的