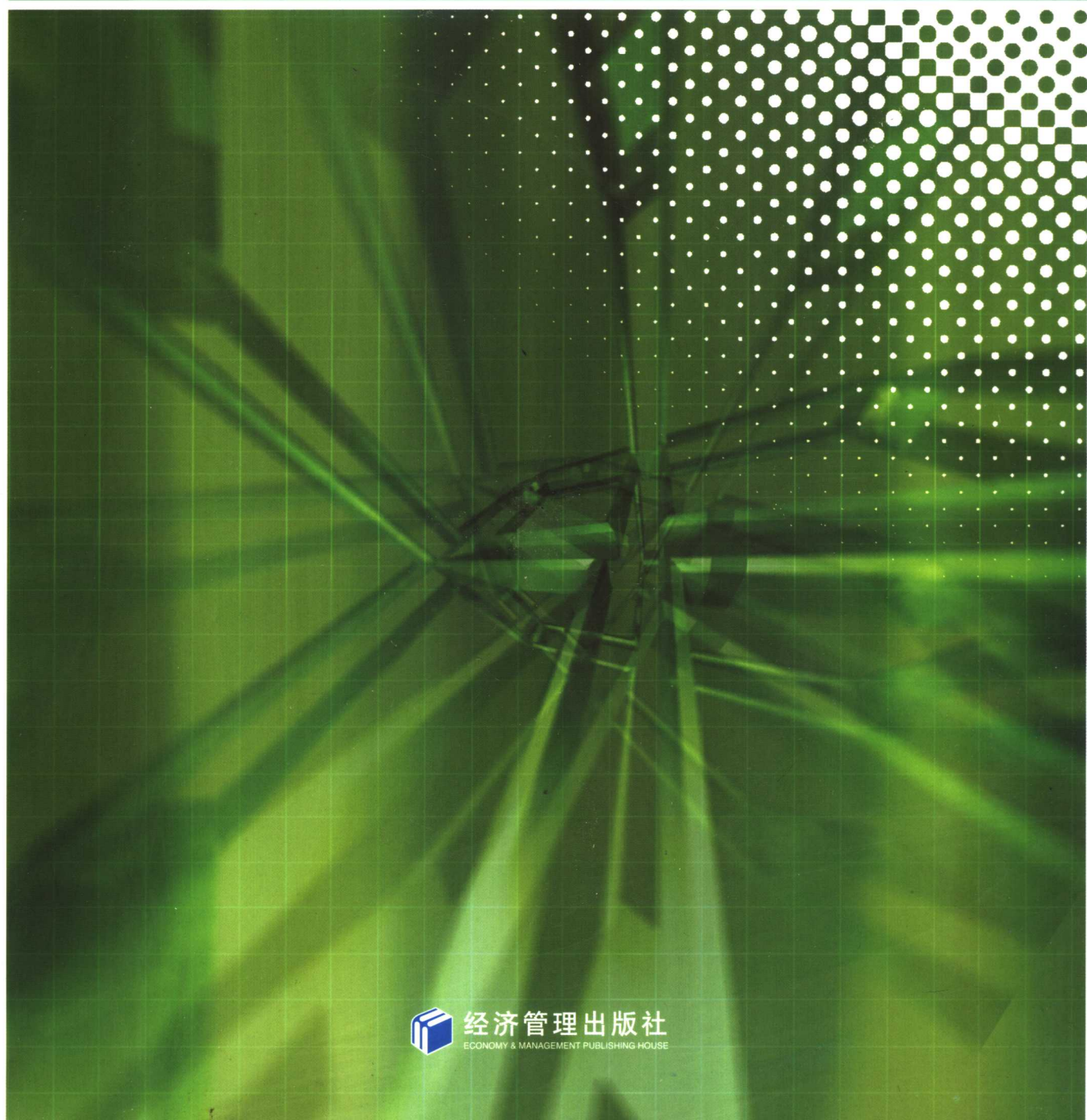


◎ 主编 陈 宪 程大中 殷 凤

# 中国服务经济报告 2006

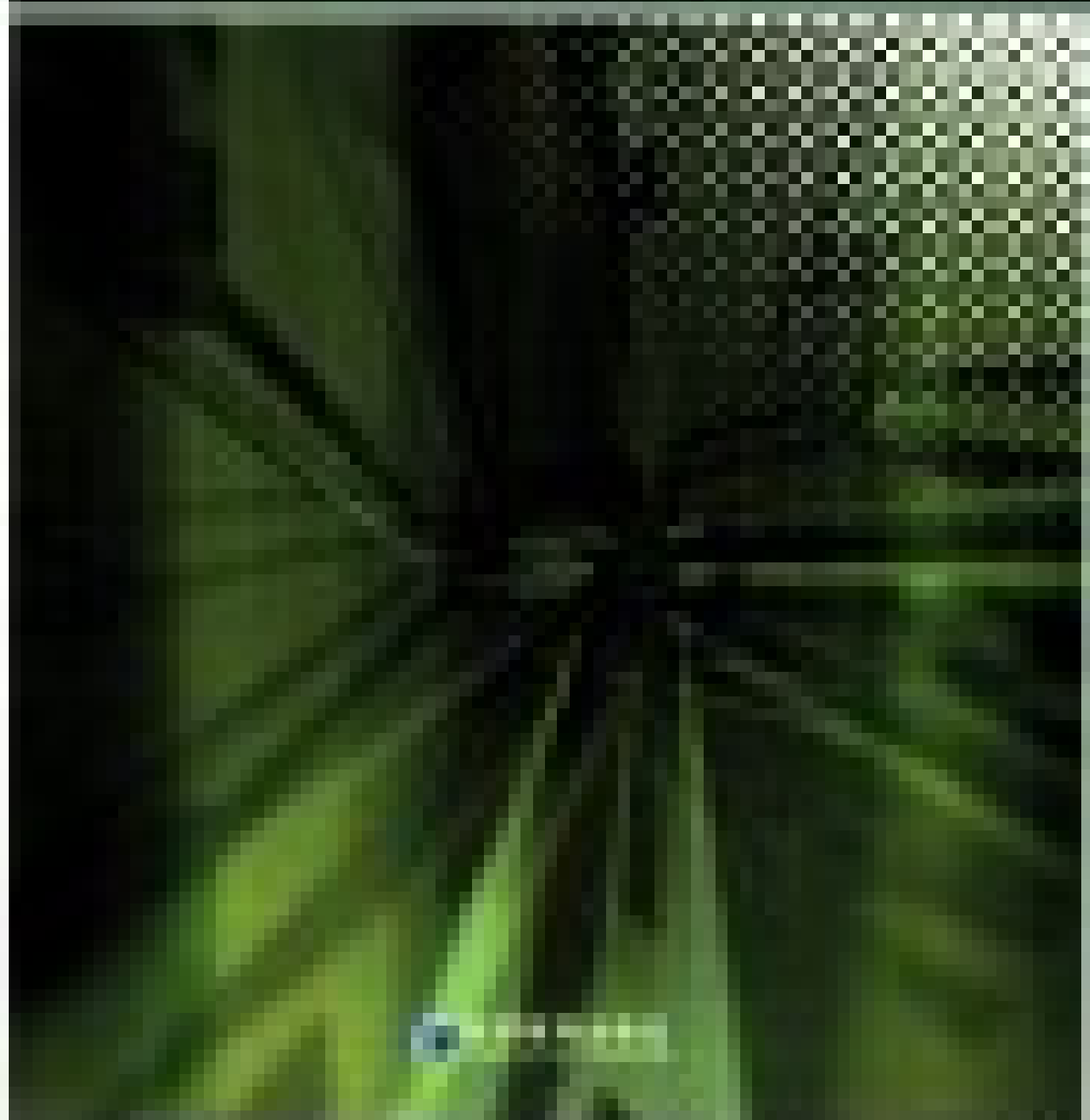
CHINA SERVICE ECONOMY REPORT 2006



经济管理出版社  
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

中国服务经济报告 2006

# 中国服务经济报告 2006



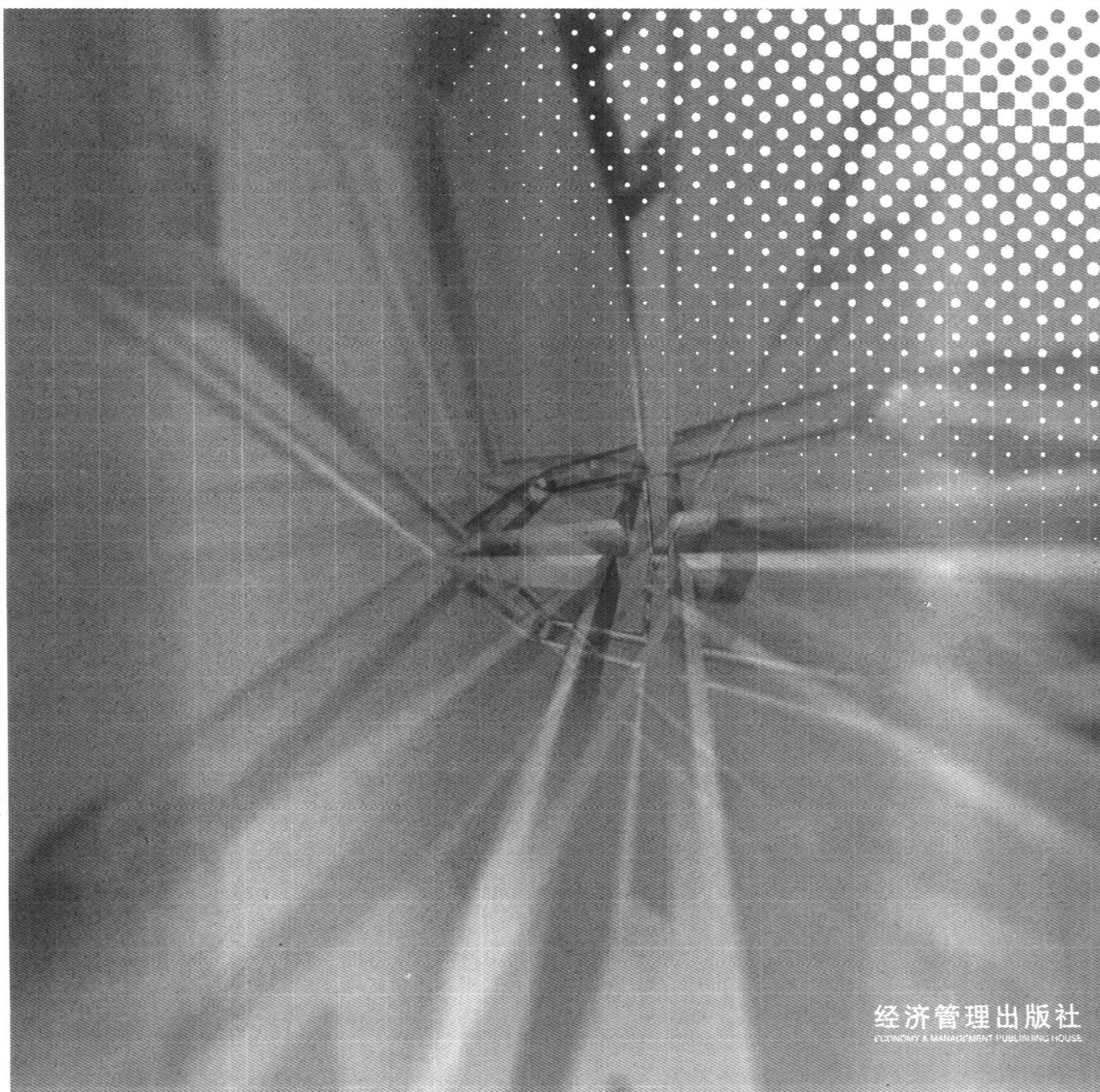
教育部哲学社会科学研究  
重大课题攻关项目(06JZD0018)资助

上海大学服务贸易研究中心  
复旦大学世界经济研究所 组编

# 中国服务经济报告|2006

主编 陈 宪 程大中 殷 凤

CHINA SERVICE ECONOMY REPORT 2006



经济管理出版社  
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

**图书在版编目(CIP)数据**

中国服务经济报告. 2006/陈宪, 程大中, 殷凤主编.  
—北京: 经济管理出版社, 2007.3

ISBN 978-7-80207-885-7

I. 中... II. ①陈... ②程... ③殷... III. 服务经济—  
研究—报告—中国—2006 IV. F719

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 032948 号

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 11 层

电话: (010)51915602

邮编: 100038

印刷: 北京银祥印刷厂

经销: 新华书店

责任编辑: 张 艳

技术编辑: 晓 成

责任校对: 郭红生

880mm×1230mm/16

17.25 印张 412 千字

2007 年 4 月第 1 版

2007 年 4 月第 1 次印刷

定价: 88.00 元

书号: ISBN 978-7-80207-885-7/F·758

·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

## 《中国服务经济报告 2006》编撰人员名单

主 编：陈 宪 程大中 殷 凤

撰 稿：陈 宪 程大中 殷 凤 韩太祥 郭颂宏 陈建勤 任剑婷  
黄 雯 姚乐泉 刘振杰 黄建锋

# 服务创新的当代意义

## (代序)

关于工业(技术)革命的意义,马克思曾经说过这样一段话:“资产阶级在它的不到一百年的阶级统治中所创造的生产力,比过去一切世代创造的全部生产力还要多,还要大。自然力的征服,机器的采用,化学在工业和农业中的应用,轮船的行驶,铁路的通行,电报的使用,整个整个大陆的开垦,河川的通航,仿佛用法术从地下呼唤出来的大量人口,——过去哪一个世纪能够料想到有这样的生产力潜伏在社会劳动里呢?”<sup>①</sup>用马克思在这段话中体现的思想方法来评价发生在20世纪后半叶的信息(技术)革命,也是同样适用的。

以往的工业革命均是制造技术革命,其经济学意义上的最大成果是规模经济,即大规模生产成为可能,单位产品中的固定成本大幅度下降。与此同时,作为工业革命成果的一台台机器装备,把人类从繁重的体力劳动中解放出来,极大地提高了劳动生产率。正在不断深化的信息技术革命,本质上是服务技术革命,或者说是服务创新,其经济学意义上的最大成果是交易经济,即极大地降低交易成本和交易风险,并将大量的非贸易品变为贸易品。信息服务技术还把人类从繁杂的脑力劳动中解脱出来,在更加广泛和深刻的意义上提高了劳动生产率。

服务技术当然需要设备作为载体,就像提供广义信息服务的网络技术,是以计算机为载体的。

计算机所达到的水平,决定着网络提供信息服务的数量和质量。计算机由硬件和软件两部分组成,软件是决定计算机水平的主要因素。软件供应商是服务供应商,而不是设备供应商。因此,在服务技术革命的年代,服务创新是第一位的,它在很大程度上决定着制造技术可能达到的高度;当今制造技术所达到的水平,通常不是也不可能是服务供给的“瓶颈”。

格林斯潘有关金融衍生品的一段话,通过描述金融服务创新的深化,道出了服务创新的真谛。他说:“也许最有意义的创新是开发那些能把风险转嫁给最愿意和最能够承受风险的金融工具。许多新诞生的金融产品,其中最引人注目的是金融衍生工具,通过以高度精确的方式分解和转移风险来贡献其经济价值。信息技术使这些复杂的金融产品能在全球范围内创立、估价和交易。归根结底,只有当新技术带来的利益体现在资本投资,包含在任何使公司增值的支出时,这种利益才能实现。要实现这些投资,预期的回报率就必须超过资本的成本。技术性综合已经扩大了生产性资本投资的范围,而高扬的股价和高技术设备的降价已经减少了资本的成本。其结果是使在高技术设备和软件方面的支出有了‘名副其实’的爆炸性增长。”<sup>②</sup>可见,服务创新是提高服务供给能力、提高服务水平和服务质量、改善服务供给结构的

<sup>①</sup> 引自《马克思恩格斯选集》第一卷,人民出版社1966年版,第244页。

<sup>②</sup> 引自《信息与研究》,2000年第5期。

一项系统工程,需要技术、产业、组织和制度的集成创新,其中服务技术创新是第一性的,它对其他方面的创新具有决定性作用。

服务创新的直接效应是推动服务业的发展:第一,服务创新通过创造新的服务业态、服务产品和服务方式,将服务的潜在需求转化为现实需求。服务技术创新不同于制造技术创新的特点,就是它的成果距离市场很近,往往在瞬时就成为现实的供给,迅速产生产业化的效果,使大量处于潜在状态的需求释放出来,转化为现实的需求,从而推动服务业乃至国民经济的增长,并使新技术在相关产业迅速扩散,获得巨大的“技术溢出”。第二,服务创新将促进服务外包和服务业集群的发展。服务外包和服务业集群是促进服务业增长的重要途径。服务创新通过进一步增强服务外包和服务业集群的成本优势,强化服务的边际报酬递增效应、专业化分工效应和正外部性效应,实现规模经济与范围经济,进而形成紧密的产业关联、共享的资源要素、丰富的社会资本、有效的竞合机制和产业共同进化机制。第三,服务创新将在不同程度上改变服务的固有属性,大幅度增加服务品种,改进服务品质。这不仅能够产生服务的新业态、新产品和新方式,促进服务外包和服务业集群,而且有助于大规模改造和提升传统服务业,使服务业在整体上获得技术进步带来的巨大效益。

服务创新在推动服务业迅速发展的同时,引导服务业的产业升级。服务创新的内核是知识深化,这一深化的具体结果,就是形成和推动知识服务业的发展。知识服务业是现代服务业的重要组成部分,是提供知识产品和知识服务的产业,它既包括传统的教育、医疗、出版和影视产业,又以研究与开发、中介服务、软件、设计和咨询等产业为发展的重点。知识服务业的发展,一方面体现了专业化分工的深化,适应了企业业务流

程外包的需要,另一方面形成了创新型国家的微观基础。国际学术界将创新型国家的特征归结为以下几个方面:创新综合指数明显高于其他国家;科技进步贡献率在70%以上;研发投入占GDP的比例一般在2%以上;对外技术依存度指标一般在30%以下。此外,现有创新型国家所获得的三方专利(美国、欧洲和日本授权的专利)数占世界数量的绝大多数。显然,这些指标都与服务创新和知识服务业有关。

在2006年1月9日召开的全国科学技术大会上,胡锦涛总书记发表《坚持走中国特色自主创新道路,为建设创新型国家而努力奋斗》的重要讲话。他指出:“在世界新科技革命推动下,知识在经济社会发展中的作用日益突出,国民财富的增长和人类生活的改善越来越有赖于知识的积累和创新。科技竞争成为国际综合国力竞争的焦点。当今时代,谁在知识和科技创新方面占据优势,谁就能够在发展上掌握主动。世界各国尤其是发达国家纷纷把推动科技进步和创新作为国家战略,大幅度提高科技投入,加快科技事业发展,重视基础研究,重点发展战略高技术及其产业,加快科技成果向现实生产力转化,以利于为经济社会发展提供持久动力,在国际经济、科技竞争中争取主动权。”可以看出,建设创新型国家,提高国家竞争力,关键在于知识的创造与生产,而这些与服务创新、知识服务业的发展息息相关。

目前,中国服务创新和知识服务业发展的“瓶颈”,主要表现在两个“有效供给严重不足”上。其一,专业人力资本的有效供给严重不足。专业人力资本是服务创新和知识服务业发展的关键要素,缺乏关键要素的影响是不言而喻的。胡锦涛总书记在全国科学技术大会上说:“培养大批具有创新精神的优秀人才,造就有利于人才辈出的良好环境,充分发挥科技人才的积极性、主动性、创造性,是建设创新型国家的战略举措。”这

同样是服务创新和知识服务业发展的战略举措。其二，公共服务的有效供给严重不足。公共服务是服务创新和知识服务业的基础设施和制度环境，优良的基础设施和制度环境将降低服务创新和知识服务业发展的成本，并增加创新与发展的活力。胡锦涛总书记在全国科学技术大会上提出：“要进一步完善适应社会主义市场经济发展要求的政府管理科技事业的体制机制，建立健全有关法律法规，完善科技开发计划，促进科技创新要素和其他社会生产要素有机结合，形成科技不断促进经济社会发展、社会不断增加科技投入的良好机制。要完善科技资源配置方式，优化科技资源配置，

促进科技资源开放和共享，形成广泛的多层次的创新合作机制，建立健全绩效优先、鼓励创新、竞争向上、协同发展、创新增值的资源分配机制和评价机制。要建立竞争机制，坚持国家科技计划对全社会开放，支持和鼓励国内有条件的各类机构平等参与承担国家重大计划和项目，为全社会积极创新创造良好条件。要加强科技基础条件平台建设，加强对重要技术标准制定的指导协调。”上述方面都与增加和改进公共服务有关，对于促进服务创新和知识服务业在当代的发展，有着重大的现实意义。

# 目 录

服务创新的当代意义 (代序) / 1

主题报告 / 1

服务经济背景下的服务创新问题 / 3

专题报告 / 13

金融服务与经济增长

——服务业视角的研究 / 15

生产者服务业的发展水平、部门结构与经济影响

——基于投入—产出法的国际比较研究 / 28

全球贸易失衡下的商品贸易与服务贸易非对称性

——基于 Melvin 命题的经验研究 / 45

从经济普查看中国服务业现状 / 61

中国六省市服务业的区位分布与地区专业化 / 75

世界服务贸易发展趋势与中国服务贸易竞争力研究 / 91

国际服务贸易影响因素的实证研究 / 107

美国、英国、澳大利亚教育服务贸易的竞争力分析及启示 / 114

中国旅游业的发展与区域竞争 / 124

服务业与微观经济理论的新进展 / 133

统计资料 / 159

表 1 中国服务业增加值、服务业就业人数等有关情况的时间序列 (1978~2005 年) / 161

表 2 服务业构成、各部门增加值及其增长率的时间序列 (1991~2003 年) / 162

表 3 服务业构成、各部门增加值 (2004 年) / 164

表 4 中国服务业各部门就业人数序列 (1978~2002 年) / 165

表 5 中国部分地区服务业数据 (2005 年) / 166

表 6 中国服务分部门进、出口贸易额统计序列 (1997~2005 年) / 167

- 表 7 服务业内向 FDI 部门分布的时间序列 (1997~2004 年) / 169
- 表 8 世界服务贸易进、出口额及增长率统计 (1980~2004 年) / 171
- 表 9 OECD 国家服务业和主要服务业部门增加值占 GDP 的比重情况 (2003、1993 年) / 172
- 表 10 OECD 国家服务业就业结构情况 (2003、1993 年) / 173
- 表 11 2003 年服务出口前 30 名国家和地区服务进、出口总额及构成 (1980~2004 年) / 174

## 法规政策 / 189

- 国务院关于保险业改革发展的若干意见 / 191
- 国务院关于加强和改进社区服务工作的意见 / 197
- 国务院关于发展城市社区卫生服务的指导意见 / 202
- 关于发展软件及相关信息服务出口的指导意见 / 207
- 关于规范房地产市场外资准入和管理的意见 / 210
- 国务院办公厅转发财政部、中宣部关于进一步支持文化事业发展若干经济政策的通知 / 213
- 国务院办公厅转发全国老龄委办公室和发展改革委等部门关于加快发展养老服务业意见的通知 / 216
- 外商投资国际货物运输代理企业管理办法 / 219
- 直销行业服务网点设立管理办法 / 222
- 电信服务规范 / 224
- 国家发展改革委、司法部关于印发《律师服务收费管理办法》的通知 / 227
- 农村信息化综合信息服务试点管理办法 (试行) / 231
- 农村卫生服务体系建设与发展规划 / 233
- 上海市人民政府印发关于促进上海服务外包发展若干意见的通知 / 241
- 中共杭州市委杭州市人民政府关于加快现代服务业发展的若干意见 / 245
- 南京市政府关于实施《南京加快发展服务业行动纲要》的若干意见 / 255
- 广州市人民政府关于加快服务业发展的意见 / 259

## 后 记 / 265

# 主题报告

---



# 服务经济背景下的服务创新问题

在当今世界各国“知识深化”(knowledge deepening)不断发展的情况下,越来越多的人在从事创造思想、解决问题或出售服务而非生产任何有形商品的活动。

——戴尔·尼夫:《知识对经济的影响力》(中译本,新华出版社1999年版)

## 一、引言

20世纪特别是第二次世界大战之后,全球产业发展出现崭新的迹象,富克斯(Fuchs, 1968)将之称为“服务经济”(the service economy),贝尔(Bell, 1973)称之为“后工业化社会”(post-industrialization),在美国商务部和OECD近年来的研究报告中又被称之为“数字经济”(the digital economy)、“新经济”(the new economy)和“知识经济”(the knowledge-based economy)等。<sup>①</sup>尽管名称不同,但其反映的现实经济变化的实质则基本一致,其中最重要的一点就是服务业在各国经济发展中的地位不断上升。服务业地位的上升在供给方面主要表现为服务业增加值和服务业就业人数的不断增加。目前,从服务业增加值占GDP

的比重看,发达国家在60%~70%之间,其中美国已高达75%以上,中等收入国家在50%~60%之间;从服务业就业比重看,发达国家已高达70%左右,中等收入国家为50%~60%之间;低收入发展中国家的这两项指标横向比都较低,但纵向比却有一定提高。因此,在国际范围内,服务业在国民经济中的地位再也不像以前那样“微不足道”了。

改革开放20多年来,中国服务经济发展已经有了良好的基础。从国内三次产业发展的比较看,1978~2004年,中国服务业的增加值占GDP的比重由23.7%上升至31.9%,<sup>②</sup>26年间上升了近10个百分点;服务业从业人员比重由12.2%上升至

① “从农业经济向工业经济演进,最先开始于英国,随后在大多数西方国家重复着。这曾经被看做是一种‘革命’。就业从工业转至服务业,这在美国以及所有发达经济体是很明显的,但这是在悄悄地进行着,并对社会以及经济分析具有‘革命’成分(‘revolutionary’ proportions)的含义”(Fuchs, 1968: 2)。参见Fuchs, V., *The Service Economy*, National Bureau of Economic Research, 1968. 贝尔(1973):《后工业社会的来临——对社会预测的一项探索》,中译本,商务印书馆1984年版。

② 中国第一次全国经济普查(2004年)发现原来对服务业(第三产业)的增加值低估了。以经济普查资料为基础进行核算,2004年全国国内生产总值按现价计算接近16万亿元,比修正前增加了2.3万亿元;其中第三产业增加了2.13万亿元,弥补了常规统计尤其是第三产业统计中的一些遗漏和不足。第一、二、三产业增加值的构成,由原来的15.2%、52.9%、31.9%,变为13.1%、46.2%、40.7%。

30.6%，上升了18个百分点。服务业几乎吸纳了由第一产业转移出来的全部劳动力。从最终服务消费看，伴随着人均收入水平的提高，中国居民的恩格尔系数逐年下降，私人服务消费趋于上升。从服务贸易的角度看，1994~2004年，中国货物贸易从2366亿美元增至11545亿美元，增长了将近4倍；BOP统计口径的服务贸易由321亿美元增加到1337亿美元，增长了3倍。服务业FDI总量随着中国FDI总量的增加而增加。<sup>①</sup>

但必须清醒地看到，与国际一般水平相比，中国服务经济的发展水平仍然是很低的，与中国经济的总体发展水平不太相称。然而，理论与现实已经证明，服务经济（服务业与服务贸易）的增长成为促进整体经济增长的重要动力，服务经

济的发展水平已经成为衡量一个经济体经济现代化程度和社会文明进步程度的重要标志。因此，大力促进服务经济发展，对于中国实现经济结构的战略性调整、全面建设小康社会、构建和谐社会和节约型社会、建设创新型国家、加快推进社会主义现代化进程具有十分重要的战略意义。

尽管服务经济已经变得越来越重要，但我们似乎对服务经济条件下的服务创新问题知之甚少，尤其在中国目前服务经济发展水平相对落后的情况下，如何研究服务创新问题，从而推动服务创新，尽快提高服务经济发展水平，就变得十分紧迫。本文首先提出有关服务创新的一般分析框架，然后逐一讨论服务创新的各构成要件，最后是结论性评论。

## 二、关于服务创新的一般分析框架

创新（innovation）是经济增长和经济发展的核心，但对创新的研究大多是基于制造业而非服务业。<sup>②</sup>这其中的原因很多，既有微观层面的因素，也有宏观层面的因素，还有一些非经济因素。正因为如此，对服务创新的研究就显得比较困难。

本文认为，与其他产业领域中的创新相比，服务领域的创新更具系统性和复杂性。系统性是指服务创新是多层次、宽领域的，而且彼此相互联系。复杂性是指服务创新涉及的经济与非经济因素相互交织在一起。有鉴于此，我们认为，服务创新的一般分析框架构成应该包括以下四个方面：

1. 微观服务创新。这主要是针对市场微观企业主体而提出的，它主要包括服务产品的创新、

服务生产流程的创新、服务市场战略的创新等方面。这一层面的创新与服务产品本身的独特性质以及服务生产中“人”的因素密切相关。

2. 服务产业创新。这是服务创新的中观层面，主要强调知识服务业（knowledge-based services）在产业结构调整中的作用、服务业内部以及服务业与其他产业乃至经济增长之间的关联效应等方面。

3. 服务宏观管理创新。服务宏观管理创新主要强调服务领域中的制度改革与市场化建设。

4. 服务创新的国际扩散与国际合作。服务创新的国际扩散与国际合作则强调国际社会如何在多边、双边框架下进行知识产权、技术创新等方面的交流与合作。

<sup>①</sup> 程大中：《中国服务业与服务贸易发展：机遇、挑战与战略》，在复旦大学“985”中国经济国际竞争力创新基地2006年科研活动“全球化经济下的中国崛起”报告会上的报告，2006年12月27日。

<sup>②</sup> OECD: *Innovation and Productivity in Services*, OECD Report, 2001.

这四个方面的基本关系是：微观服务创新是基础和核心，服务产业创新是方向，服务宏观管

理创新是条件，服务创新的国际扩散与国际合作是动力。如图1所示。

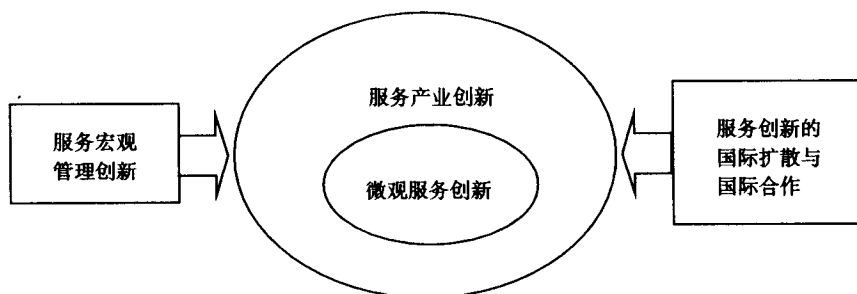


图1 服务创新的一般分析框架

### 三、微观服务创新

通常认为，微观服务创新包括四个方面：服务产品创新（product innovations）、服务生产流程创新（process innovations）、组织创新（organizational innovations）和市场创新（market innovations）。<sup>①</sup>其中，服务产品创新强调提高服务产品的质量、扩展服务产品的范围以及对过时服务产品的更新换代。服务生产流程创新则关注如何促进服务生产的灵活性、缩短时滞、改善工作条件和降低劳动成本。组织创新则基于生产流程创新之上，是生产或业务流程决定组织结构和流程，而不是相反。市场创新则强调如何开辟新的国内外市场或如何保持现有的市场份额。这四个层面的创新又可以归类为技术创新（主要表现为信息化或信息技术的采用）和非技术创新（包括管理创新、组织创新、功能创新等方面）。

在微观服务创新中，服务产品创新是最基本的。这是因为与有形产品相比，服务具有十分不

同的特征：<sup>②</sup>

第一，服务一般是无形的。商品的空间形态是确定的，直接可视的，有形的；商品的生产、供应和消费伴随着它的空间形态而产生、转移和消失；人们通常还可以根据商品的空间形态直接判断它的价值或价格。服务的空间形态基本上是不固定的，不直接可视的，无形的。一方面，服务提供者通常无法向顾客介绍空间形态确定的服务样品；另一方面，服务消费者在购买服务之前，往往不能感知服务，在购买之后也只能觉察到服务的结果而不是服务本身。

第二，服务的生产和消费通常是同时发生的。商品一旦进入市场体系或流通过程便成为感性上独立的交易对象，生产过程在时间上和空间上同它分割开来。相反，服务要么同其提供来源不可分，要么同其消费者不可分。这种不可分性要求服务提供者或（和）服务购买者不能与服务在时

<sup>①</sup> Sundbo, J. and F. Gallouj, *Innovation in Services-SIAS Project Synthesis*, STEP Group, 1998. Tidd, J. and Hull, M., *Service Innovation: Organizational Responses to Technological Opportunities and Market Imperatives*, Imperial College Press, 2003.

<sup>②</sup> 程大中：《生产者服务论》，文汇出版社2006年版，第25~27页。

间或（和）空间上分割开来。毫无疑问，买了电影票又想看电影的消费者，不会不到电影院；做手术的医生不可能远离他的病人。

第三，服务是难以贮存的。商品可以在被生产出来之后和进入消费之前这一段时间处于库存状态，而且这不一定会给商品所有者造成损失，而服务一旦被生产出来，一般不能长久搁置，也就是不可能处于库存状态。如果服务不被使用，则既不会给购买者带来效用，也不会给提供者带来收益。列车、飞机、电影院里的空位不会产生服务收入；医院、商店、餐馆和银行等行业如果没有顾客光顾，就会带来巨大的经济损失。

第四，服务具有很强的异质性。商品的消费效果和品质通常是均质的，同一品牌的家电或服装，只要不是假冒，其消费效果和品质基本上没有差异。而同一种服务的消费效果和品质往往存在显著差别。这种差别来自供求两方面：其一，服务提供者的技术水平和服务态度，往往因人、因时、因地而异，他们的服务随之发生差异；其二，服务消费者对服务也时常提出特殊要求。所以，同一种服务的一般与特殊的差异是经常存在的。统一的服务质量标准只能规定一般要求，难以确定特殊的、个别的需要。这样，服务质量就具有很大的弹性。服务质量的差异或者弹性，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。因此，与能够执行统一标准的商品质量管理相比，服务质量的管理要困难得多，也灵活得多。

第五，服务具有较强的经验特征和信任特征。购买商品所能得到的品质和效果是能够事先预期的，是相对稳定的，而购买服务可能得到的品质

和效果则是难以事先预期的。有形产品具有较强的寻找特征；服务的经验特征较强；其他一些技术性、专业性较强的服务则表现出较强的信任特征。从有形产品到服务再到专业性服务，存在着一种从较强的寻找特征向经验特征和信任特征的过渡。伴随这一过渡，消费者的评价由易变难，其在购买或消费时所承担的风险也逐渐加大。

第六，服务消费者支付的价格通常并不是与真实产出相联系的。这一点十分重要。比如医疗服务，医疗服务提供者（医院和医生等）本质上是提供健康维护服务的，但具体效果则部分地取决于病人的特征，医疗服务提供者不是基于成功的结果（即真实产出）收费，而是将费用收取与中间提供的服务相挂钩（有时病没治好，医院照样收钱）。对于律师服务，服务的结果也是部分地取决于顾客案件的特点，但收费并不是基于成功的结果，而是基于中间提供的服务。还比如教育服务，学校并不是针对其实际提供的人力资本产出进行明确的收费，而是将费用收取与学生身份注册联系在一起（如果学生在学校学不到东西，得不到任何人力资本，学校仍然要收费）。在这些例子中，缺乏与真实产出相联系的定价与定价机制是可以理解的，因为真实产出很难衡量，而且不可控（往往受消费者道德风险的影响），消费者本身同时又是生产中的投入要素。<sup>①</sup>

以上这些特点具有极其重要的经济涵义，它们决定了在微观服务创新过程以下因素的极端重要性：一是人的因素，不仅包括服务生产者，也包括服务消费者；二是服务消费的外部性问题，即如何将服务消费者纳入服务创新的全过程；三是服务产品以及服务生产的标准化与质量问题。

<sup>①</sup> 程大中：《高等教育服务的定价逻辑及其对我国的启示》，《中国服务经济报告 2005》（陈宪、程大中主编），经济管理出版社 2006 年版，第 114~122 页。

## 四、服务产业创新

虽然对创新的研究大多是基于制造业而非服务业，但要清楚地界定服务业创新与制造业创新之间的差别是很困难的，这不仅因为越来越多的服务业尤其是知识服务业（KBS）本身正在发生着创新，而且服务业的创新也越来越多地融入到整个经济当中，从而对其他产业乃至整个国民经济产生重要而深远的影响。而且，服务业创新在国家、地区及城市创新体系中也发挥着越来越重要的作用。

首先，就服务业本身的创新而言，Gellatly 和 Peters 专门针对通信服务业（communications）、金融服务业（financial services）和技术性商务服务业（technical business services）的研究表明（见表

1），<sup>①</sup>这三大服务部门正在发生着十分广泛的创新，丝毫不低于制造业部门。研究显示，大约 62% 的金融服务业企业、45% 的通信服务业企业和 43% 的技术性商务服务业企业，要么引进服务产品创新或者流程创新，要么引进组织创新。而且，OECD 的报告还表明，服务行业的创新甚至要比其他行业来得频繁。<sup>②</sup>当然，不同服务行业的创新率以及创新的侧重点（产品创新、流程创新、组织创新等）无疑会存在一些差异。比如，Gellatly 和 Peters 的研究表明，在这三大服务行业中，产品创新要比流程创新或组织创新更加常见。这就再次证明了服务产品在整个服务创新中的基础性作用。

表 1 产业创新率：三大重要服务行业与五大重要制造行业的比较

| 产业与行业 |                                     | 引进创新的企业 (businesses) 所占的百分比 (%) |
|-------|-------------------------------------|---------------------------------|
| 服务业   | 通信服务                                | 45.0                            |
|       | 金融服务                                | 61.8                            |
|       | 技术性商务服务                             | 42.6 (1.3)                      |
| 制造业   | 机器制造 (machinery)                    | 43.5 (5.5)                      |
|       | 电力设备 (electric equipment)           | 52.5 (6.7)                      |
|       | 炼油与煤矿 (petroleum refining and coal) | 53.7 (9.9)                      |
|       | 化工 (chemicals)                      | 41.4 (6.9)                      |
|       | 医药 (pharmaceuticals)                | 56.8 (15.1)                     |

注：括号内的数字为标准差。创新率用引进创新的企业占全部企业的百分比表示。表中列举的制造业部门是制造业中的“核心行业”，具有一定的代表性。

资料来源：Gellatly, G., and Peters, V., Understanding the Innovation Process: Innovation in Dynamic Service Industries, *Analytical Studies Branch—Research Paper Series*, Statistics Canada No. 11F0019MPE No.127, Dec. 1999.

其次，就服务业对其他产业以及整个国民经济的作用而言，我们则更能体会出服务业创新的

意义。经济理论以及现实已经证明，随着经济的发展，市场容量不断扩大，分工与专业化逐渐深化。

<sup>①</sup> Gellatly, G., and Peters, V., Understanding the Innovation Process: Innovation in Dynamic Service Industries, *Analytical Studies Branch—Research Paper Series*, Statistics Canada No. 11F0019MPE No.127, Dec. 1999.

<sup>②</sup> OECD: *Innovation and Productivity in Services*, OECD Report, 2001, p.27.