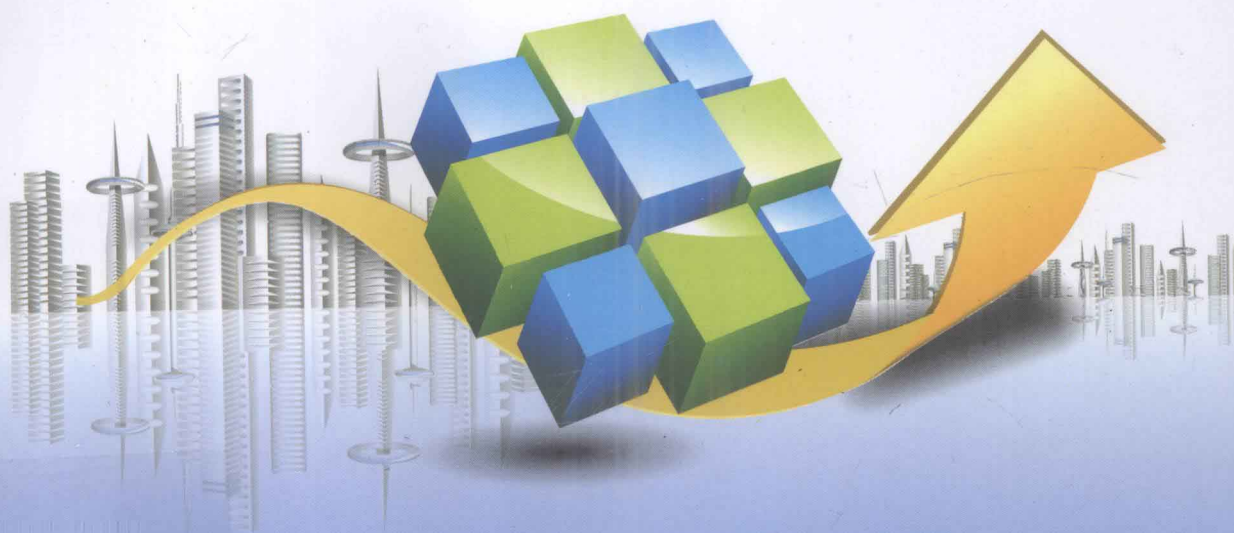


务管理系列丛书

丛书总主编 马 勇

旅游服务经济与业态创新

张文建 编著



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

现代服务管理系列丛书

旅游服务经济与业态创新

Tourism Service Economy and the Type of Operation Innovation

张文建 编著



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

内 容 简 介

本书梳理和论述了旅游服务经济的基本范畴,分析了服务经济发展与产业结构调整促进市场变化格局下的旅游业态转型或创新,归纳和介绍了近年来新兴旅游业态的主要类型和模式。本书力求从当前经济发展方式转变与产业结构变动的现实出发,注重应用理论与产业实践的结合,及时感知、发现和关注这些旅游经济与产业发展的新现象与新动态。

本书分为上下两篇,上篇为“旅游服务经济”,包括服务经济的理论基础与发展规律、旅游服务的本质与特征、旅游服务生产、旅游服务消费、旅游服务贸易、旅游服务外包;下篇为“旅游业态创新”,包括旅游业态创新基本概念及理论、旅游业态转型与创新的背景、集聚型旅游业态、专业型旅游业态、在线型旅游业态、复合型旅游业态、衍生型旅游业态、准公共型旅游业态。

本书可供旅游专业及工商管理专业学生使用,并可供相关工作人员与研究人员参考。

图书在版编目(CIP)数据

旅游服务经济与业态创新/张文建编著. —北京:北京大学出版社, 2012.6

(现代服务管理系列丛书)

ISBN 978-7-301-20688-1

I. ①旅… II. ①张… III. ①旅游服务—高等学校—教材 IV. ①F590.63

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 104025 号

书 名: 旅游服务经济与业态创新

著作责任者: 张文建 编著

策 划 编 辑: 林章波

责 任 编 辑: 李 虎

标 准 书 号: ISBN 978-7-301-20688-1/C · 0762

出 版 者: 北京大学出版社

地 址: 北京市海淀区成府路 205 号 100871

网 址: <http://www.pup.cn> <http://www.pup6.cn>

电 话: 邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62750667 出版部 62754962

电 子 邮 箱: pup_6@163.com

印 刷 者: 河北滦县鑫华书刊印刷厂

发 行 者: 北京大学出版社

经 销 者: 新华书店

787 毫米×1092 毫米 16 开本 16.75 印张 384 千字

2012 年 6 月第 1 版 2012 年 6 月第 1 次印刷

定 价: 35.00 元

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有 侵权必究

举报电话: 010-62752024

电子邮箱: fd@pup.pku.edu.cn

《现代服务管理系列丛书》编委会

- 总 主 编：马 勇 湖北大学
- 编 委：俞 华 商务部国际贸易经济合作研究院
- 田 里 云南大学
- 梁文慧 澳门科技大学
- 魏 卫 华南理工大学
- 熊元斌 武汉大学
- 刘 纯 上海大学
- 徐 虹 南开大学
- 刘静艳 中山大学
- 高 峻 上海师范大学
- 李志飞 北京大学/湖北大学
- 黄其新 江汉大学
- 郑耀星 福建师范大学
- 李 昕 大连大学
- 周 明 湖北大学
- 许传宏 上海工程技术大学
- 于千千 云南财经大学
- 董观志 暨南大学
- 王 浩 广东药学院
- 刘名俭 湖北大学
- 周 娟 宁波大学
- 谢 苏 武汉职业技术学院
- 陈雪均 重庆交通大学
- 周 霄 武汉工业学院

《现代服务管理系列丛书》总前言

第二次世界大战以后，西方发达国家相继进入后工业化发展阶段，现代服务业在国民经济中的地位日益重要。时至今日，现代服务业已经成为许多西方发达国家的核心产业。从20世纪60年代开始，一些西方学者开始把学术研究的眼光转向“服务”这一新的领域。1990年，首届服务管理国际学术会议在法国召开，这次会议第一次明确提出了服务管理的学科概念。其后，经过来自市场营销、生产运营、人力资源管理等不同学科的学者的努力，服务管理作为一门新兴的管理分支学科的地位逐步得到确立。目前，对服务管理的研究逐步从发达国家向发展中国家拓展，服务管理的理论体系日渐成熟，这门新学科对世界经济的发展所起的推动作用也越来越显著。

我国现代服务业发展的历史较短，总体水平还有待提高，相关的理论研究也落后于实践的发展，因此尚不能很好地满足我国国民经济发展和现代服务业管理人才培养的需要。当前，我国党和政府已将大力发展现代服务业作为国家发展战略，现代服务业管理人才培养和理论研究的紧迫性日益凸显。为此，在湖北大学中国服务管理研究中心主任马勇教授的精心策划下，由北京大学出版社牵头组织了一批长期从事服务管理理论和教学研究的著名专家教授和学科带头人共同编写了这套能够适应中国现代服务业发展需要的系列丛书。马勇教授是我国现代服务业管理学科的开拓者之一，教育部工商管理学科教学指导委员会委员，教育部授予的国家级精品课程和国家级教学团队获得者兼首席教授，博士生导师。

本套丛书的宗旨是，立足现代服务业发展和相关从业人员的现实需要，强调理论与实践的有机结合，从“服务管理基础理论”和“服务行业应用指导”两个层面切入进行编写，力求涵盖服务管理研究和应用的主要领域，希望以此推进中国服务管理理论发展和学科体系建设，并有助于提高我国现代服务业从业人员的专业素养。

在编写本套丛书的过程中，我们力求系统完整和准确地介绍服务管理方面的基本理论和专业知识，并体现资料全、观点新和体系完整的特色，尽可能地把当前国内外现代服务业发展的前沿理论和热点、焦点问题收纳进来。北京大学出版社还特别邀请了全国服务管理领域的知名专家和教授对丛书进行了严格的审定，借此机会对支持和参与本套丛书编写、审读工作的专家学者表示由衷的感谢！

本套丛书既可以作为高等院校相关专业的教材和参考书使用，也可以作为现代服务业相关行业部门和企业的培训教材使用。

欢迎全国高等院校相关专业的师生和现代服务业相关行业人士选用本套丛书，并提出宝贵意见，以利于本套丛书的修订和完善。

丛书编委会

2009年9月

前 言

当社会经济发展到一定程度后,人类的消费重点会从物质产品向效用服务转变,这是人类社会经历的一种普遍过程。人类社会的发展阶段,以主导经济部门划分,依次经历了农业经济、工业经济和服务经济时代。社会经济形态越是高级化,服务的含量与程度越高,即所谓“经济的软化或服务化”,这是人类社会进步的表现。综观世界现代经济,一个显著特征便是服务业迅猛发展,其在国民经济中的地位越来越重要,并成为衡量一个国家社会经济发达程度的重要标志。20世纪60年代,世界主要发达国家的经济重心开始转向服务业,产业结构呈现“工业型经济”向“服务型经济”转型的总趋势。欧美大多数工业发达国家在工业达到较高发展水平后,都相继加快了服务业的发展,使社会经济逐步进入更多依靠服务业的新增长阶段,即形成了以服务业为主导的经济结构。目前世界经济正处于服务经济大发展的阶段。按照经济合作与发展组织(OECD)2000年的报告,服务经济是指服务业增加值占国内生产总值比重超过60%,或者服务业从业人数比重超过60%的一种经济形态。

我国的服务业在改革开放以后的30年中得到发展,并逐渐突破了传统的农业、工业二元经济结构,在主要产业部门占有一席之地。特别是近年来国家优先发展第三产业,加大产业结构调整力度,促进了服务经济的增长。第三产业已成为拉动国民经济增长的重要力量。随着中国经济的持续快速发展,人民的生活水平迅速提高,消费结构在短期内实现了西方国家几十年才完成的提升。个人可支配时间和收入的增加,社会福利的保证,激发了人们对服务消费的直接需求。从某种意义上说,服务业是“提高人类生活质量”的产业,服务业的发展是人类高质量生活的必然要求,是人民生活进入小康或富裕的标志。当前,“在自然资源日渐枯竭而人力资源不断开发的环境下,对自然资源依赖程度较弱、对人力资源依赖程度较强的第三产业在推动国民经济发展中有更广阔的发展空间”(李江帆,2007)。大力发展服务业,不仅顺应了世界经济发展的必然趋势,而且适应了我国产业结构升级的形势和当前人民群众不断增长的服务消费需求,服务经济将继续呈增长的势头。

旅游业是服务业的重要组成部分,其在服务经济中的贡献率与日俱增。旅游业30年来以其跨越式的发展势头跻身国民经济重要产业,对国计民生的影响日益显现,并被逐步纳入国家战略体系,成为充满发展前景和活力的支柱型战略产业和现代服务业。在加快发展现代服务业、优化产业结构和转变经济发展方式的过程中,我国旅游经济和产业的转型升级正在积极进行,产业融合与分化进一步加快,现代旅游业的新领域和新业态不断涌现,因此对于旅游服务经济及产业的研究亟须进一步加强。

作为一名高校旅游管理专业的教师,我时刻关注着与服务经济崛起相关的研究课题,特别是服务业中最具活力和潜力的现代旅游业发展的新现象与新动态,从2000年起,即撰写《简论服务经济与服务业增长》、《试论小康社会的服务消费》、《服务经济发展的新认识》、《新世纪城市消费特点和趋势》、《消费者社会趋势初探》、《上海市旅游产业关联和产业波及分析》、《正视现代服务业“短腿”现象》、《试论奖励旅游与生产者服务》、《论都市旅游



业与会展业的边界融合趋势》、《基于产业旅游的农业旅游》、《当代旅游业态理论及创新问题探析》、《上海现代服务业集聚区与商务旅游优化研究》、《上海世博会与现代旅游业转型》、《现代旅游业转型及业态创新》、《提振旅游业的消费与生产能力》等多篇论文。2006年在《旅游学刊》发表《试论现代服务业与旅游业新增长态势》，及时揭示了我国旅游业具有传统服务业内容和现代服务业元素的二元结构特征，指出现代旅游业的生产性服务领域及功能拓展，表现为一些包括会展旅游、奖励旅游、商务旅游、节事旅游、咨询旅游、专项旅游等新业态的兴起。这一观点有助于正确理解旅游业是包含生产性服务、消费性服务以及公共服务的综合型产业的判断。2008年我在《社会科学》上发表《商务会展服务外包：实现旅游产业发展方式的转变》，指出商务会展服务外包在现代旅游产业发展中，起着引领旅游产业结构优化和能级提升的显著功能。在新的市场竞争条件下，加强分工合作，细化服务外包，发挥比较优势，提高国际竞争力，是我国旅游企业的发展方向。2008年与2009年我先后完成上海市旅游局研究课题《上海旅游业态创新及增长潜力研究》和国家旅游局研究课题《旅游市场变局中的旅游业态创新研究》，比较深入地分析了旅游市场面临的环境与变化格局下我国旅游业态发展的阶段性特征，对我国旅游业态创新的内涵、外延及要素结构进行了界定，在此基础上总结出了旅游业态创新的几大基本模式，并对一些具有增长潜力的典型旅游业态作出了发展预测。十余年来，我致力于旅游服务产业与服务性企业管理的教学与科研，坚持以科研带动教学，以项目促进实践，培养这一研究方向的研究生。本书是在长期研究型教学成果积累的基础上编写而成的，也是我时刻追踪服务经济及现代旅游业发展前沿问题的研究探索。

本书分为上下两篇，上篇为“旅游服务经济”，包括服务经济的理论基础与发展规律、旅游服务的本质与特征、旅游服务生产、旅游服务消费、旅游服务贸易、旅游服务外包；下篇为“旅游业态创新”，包括旅游业态创新基本概念及理论、旅游业态转型与创新的背景、集聚型旅游业态、专业型旅游业态、在线型旅游业态、复合型旅游业态、衍生型旅游业态、准公共型旅游业态。本书梳理和论述了旅游服务经济的基本范畴，分析了服务经济发展与产业结构的调整促进市场变化格局下的旅游业态转型或创新，归纳和介绍了近年来新兴旅游业态的主要类型和模式。本书力求从当前经济发展方式转变与产业结构变动的现实出发，注重应用理论与产业实践的结合，及时感知、发现和关注这些旅游经济与产业发展的新现象与新动态，以期充实拓展旅游学科专业基础和研究领域，有助于高校旅游专业的本科生和研究生的专业学习，并供政府有关部门和企业参考。

参与本书编写或相关课题研究的人员有史国祥教授、王云龙副教授、张帆副教授和研究生李太光、杨海红、于曰美、江珊、肖伟伟、范卓奇、侯建娜、宋馨、隋晴晴、潘艳玲、张浩、戴琦芳、柏波、谢飞平、朱源等。

在本书编写过程中，编者参阅了国内外有关资料和已有的同类研究成果，虽在书后一一列出了参考文献，但仍不免有疏漏之处。在此，向本书的编写者和所有资料的提供者表示衷心的感谢！同时感谢马勇教授的支持与帮助，得以使本书有幸纳入现代服务管理系列丛书。因本人学识有限，有关市场调研不足，本书难免存在缺陷、错漏，恳请读者批评指正。

张文建

2012年2月于上海师范大学旅游学院

目 录

上篇 旅游服务经济

第1章 服务经济的理论基础与发展规律

1.1 服务经济思想的争议与演变—— 从亚当·斯密到维克托·R·富克斯	3
1.2 服务经济的理论解释	5
1.2.1 富克斯与服务经济	5
1.2.2 丹尼尔·贝尔与“后工业 社会”	6
1.2.3 罗斯托与经济发展阶段论	7
1.2.4 托夫勒与“第三次浪潮”	8
1.3 服务业与服务经济	9
1.3.1 服务业发展的原因与阶段	9
1.3.2 服务业的范围与界定	11
1.3.3 服务业的分类	12
1.3.4 服务业发展的趋势	15
1.3.5 服务经济的特征与功能	17
本章小结	22
复习思考题	22

第2章 旅游服务的本质与特征

2.1 服务的定义分析	24
2.1.1 服务与劳务	24
2.1.2 服务的一般诠释	25
2.1.3 服务的使用价值和价值	26
2.1.4 服务产品的组合形式	27
2.2 旅游服务的内涵	28
2.2.1 旅游服务的界定	28
2.2.2 旅游服务包	29
2.3 旅游服务的特征	32
2.3.1 不可感知性	32
2.3.2 不可分离性	34
2.3.3 不可储存性	35
2.3.4 不可控制性	36
2.3.5 不可转移性	37

2.4 旅游服务的分类	38
2.4.1 根据齐斯的观点对旅游服务 进行分类	38
2.4.2 根据科特勒的观点对旅游 服务进行分类	38
2.4.3 根据洛夫罗克的观点对旅游 服务进行分类	39
本章小结	43
复习思考题	43

第3章 旅游服务生产

3.1 服务生产	45
3.1.1 服务生产的内涵、特征及 分类	45
3.1.2 服务生产与传统生产的区别	46
3.1.3 服务生产率	48
3.2 旅游服务生产概述	54
3.2.1 旅游服务生产的内涵、特征及 分类	54
3.2.2 旅游服务生产能力的限制 因素	56
3.2.3 旅游服务生产率的提高途径	57
3.3 旅游服务运营模式管理的类型	61
3.3.1 低劳动密集型服务运营的 管理	61
3.3.2 高劳动密集型服务运营的 管理	61
3.3.3 低顾客接触或低顾客化服务 运营的管理	62
3.3.4 高顾客接触或高顾客化服务 运营的管理	62
本章小结	64
复习思考题	64

第4章 旅游服务消费

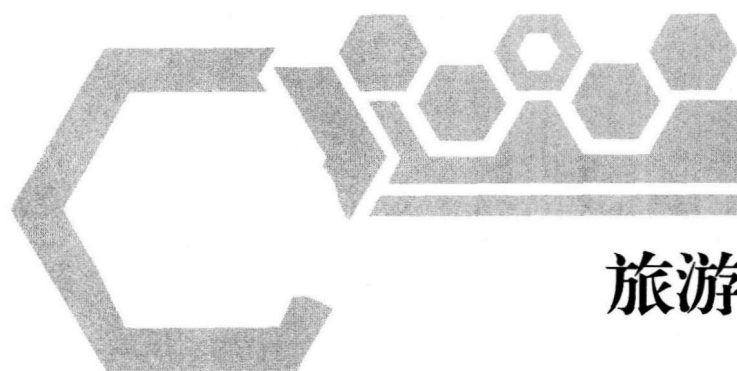
4.1 服务消费	66
----------	----



4.1.1 服务消费的内涵、特征及分类.....	66	第6章 旅游服务外包.....	122
4.1.2 服务消费与实物消费的区别...68		6.1 服务外包.....	122
4.1.3 服务消费的发展趋势.....69		6.1.1 服务外包的内涵、特征及分类.....	122
4.2 旅游服务消费概述.....70		6.1.2 服务外包的兴起与发展.....	129
4.2.1 旅游服务消费的内涵、特征及分类.....	71	6.2 旅游服务外包概述.....	130
4.2.2 旅游服务消费需求分析.....72		6.2.1 旅游服务外包的内涵、特征及分类.....	131
4.2.3 旅游服务消费购买决策过程...76		6.2.2 旅游服务外包理论.....	133
4.3 旅游服务消费行为分析.....80		6.2.3 旅游服务外包介绍.....	139
4.3.1 旅游服务消费者购买行为内涵和模式.....	80	6.3 旅游服务外包的发展方向和对策建议.....	143
4.3.2 旅游服务消费行为的一般特征.....	83	本章小结.....	151
4.3.3 旅游者消费动机类型.....84		复习思考题.....	152
4.3.4 旅游服务消费者购买的影响因素.....	86		
4.3.5 旅游服务消费行为的发展趋势.....	90		
本章小结.....	93		
复习思考题.....	93		
第5章 旅游服务贸易.....	95		
5.1 服务贸易.....	95		
5.1.1 服务贸易的内涵、特征及分类.....	95		
5.1.2 服务贸易理论.....	99		
5.1.3 服务贸易政策.....	101		
5.2 旅游服务贸易概述.....	102		
5.2.1 旅游服务贸易的内涵、特征及分类.....	102		
5.2.2 旅游服务贸易理论.....	106		
5.2.3 旅游服务贸易政策.....	107		
5.3 中国旅游服务贸易发展现状.....	109		
5.3.1 中国旅游服务贸易政策调整.....	109		
5.3.2 中国旅游服务贸易发展特征.....	111		
本章小结.....	119		
复习思考题.....	119		
		下篇 旅游业态创新	
		第7章 旅游业态创新基本概念及理论.....	157
		7.1 旅游业态界定.....	157
		7.2 旅游业态的特征.....	159
		7.2.1 从产业层面分析.....	159
		7.2.2 从企业层面分析.....	159
		7.3 旅游业态的要素构成和发展规律.....	160
		7.3.1 旅游业态的要素构成.....	160
		7.3.2 旅游业态的发展规律.....	160
		7.4 旅游业态创新的内涵、外延及动力机制.....	161
		7.4.1 旅游业态创新的内涵.....	161
		7.4.2 旅游业态创新的外延.....	162
		本章小结.....	168
		复习思考题.....	168
		第8章 旅游业态转型与创新的背景.....	170
		8.1 旅游市场及影响旅游市场变化的因素.....	170
		8.1.1 旅游市场.....	170
		8.1.2 影响当前旅游市场变化的因素.....	171
		8.2 旅游需求市场的变化.....	172
		8.2.1 旅游意愿常态化.....	173
		8.2.2 旅游动机多元化.....	173



8.2.3 旅游主体散客化.....	174	11.2 在线型旅游业态发展现状.....	210
8.2.4 旅游需求细分化.....	174	11.3 在线型旅游业态运营特征分析.....	211
8.2.5 旅游资讯技术化.....	175	11.3.1 管理模式.....	211
8.2.6 旅游距离近程化.....	175	11.3.2 经营模式.....	211
8.3 旅游供给市场的变化.....	176	11.3.3 盈利模式.....	213
8.3.1 行业供给新变化.....	176	11.4 总结.....	215
8.3.2 企业经营管理变化.....	178	本章小结.....	219
8.4 旅游市场变化格局对旅游业态发展的影响.....	179	复习思考题.....	219
8.4.1 对传统旅游业态的影响.....	180	第 12 章 复合型旅游业态	222
8.4.2 对新型旅游业态的影响.....	181	12.1 复合型旅游业态发展背景.....	222
8.5 旅游新业态的基本类型与模式.....	184	12.2 复合型旅游业态发展现状.....	223
8.5.1 旅游新业态的基本类型.....	184	12.3 复合型旅游业态运营特征分析.....	224
8.5.2 旅游新业态的模式归纳.....	184	12.3.1 管理模式.....	224
本章小结.....	187	12.3.2 经营模式.....	225
复习思考题.....	188	12.3.3 盈利模式.....	225
第 9 章 集聚型旅游业态	190	12.4 总结.....	226
9.1 集聚型旅游业态发展背景.....	190	本章小结.....	231
9.2 集聚型旅游业态发展现状.....	191	复习思考题.....	231
9.3 集聚型旅游业态运营特征分析.....	192	第 13 章 衍生型旅游业态	233
9.3.1 管理模式.....	192	13.1 衍生型旅游业态发展背景.....	233
9.3.2 经营模式.....	193	13.2 衍生型旅游业态发展现状.....	234
9.3.3 盈利模式.....	193	13.3 衍生型旅游业态运营特征分析.....	234
9.4 总结.....	194	13.3.1 管理模式.....	234
本章小结.....	197	13.3.2 经营模式.....	235
复习思考题.....	197	13.3.3 盈利模式.....	235
第 10 章 专业型旅游业态	199	13.4 总结.....	236
10.1 专业型旅游业态发展背景.....	199	本章小结.....	240
10.2 专业型旅游业态发展现状.....	200	复习思考题.....	240
10.3 专业型旅游业态运营特征分析.....	200	第 14 章 准公共型旅游业态	242
10.3.1 管理模式.....	201	14.1 准公共型旅游业态发展背景.....	242
10.3.2 经营模式.....	201	14.2 准公共型旅游业态发展现状.....	243
10.3.3 盈利模式.....	202	14.3 准公共型旅游业态运营特征分析.....	243
10.4 总结.....	202	14.3.1 管理模式.....	243
本章小结.....	206	14.3.2 经营模式.....	244
复习思考题.....	206	14.3.3 盈利模式.....	245
第 11 章 在线型旅游业态	209	14.4 总结.....	246
11.1 在线型旅游业态发展背景.....	209	本章小结.....	251
		复习思考题.....	251
		参考文献	253



上篇

旅游服务经济

第1章 服务经济的理论基础与发展规律



服务经济是继农业经济、工业经济之后的人类社会发展必经的高级经济形态。综观现代经济社会的发展过程,一个显著特征是服务业的迅猛崛起,其在国民经济中所占的比重和地位越来越重要。目前,国外服务经济已形成相对成熟的理论体系与发展模式。掌握服务经济的相关理论知识及其发展规律,对指导服务经济的发展有重大意义。服务经济思想是如何演变的?服务经济的特征和功能有哪些?它主要有哪些理论?对服务业如何界定和分类?其发展的原因是什么?有哪些阶段?未来服务业的发展趋势有哪些?这些服务业和服务经济的相关理论知识是本章的重点。



- 服务经济的思想演变及理论解释。
- 服务业发展的原因与分类。
- 服务业的发展趋势。
- 服务经济的特征。

1.1 服务经济思想的争议与演变

——从亚当·斯密到维克托·R·富克斯

服务与服务业在人类社会中经历了漫长的发展过程,人类对于服务经济的理解和研究也是一个不断演变的过程。古典经济学家认为,由于服务没有物化的价值,因而是不能交换的,服务的生产导致可交换商品产出的减少,所以服务是资源的非生产性利用。重农主义者和重商主义者及后来的许多经典经济学家都根据劳动价值的学说与交换价值的概念来理解和定义服务。经典经济学家则将服务视为一种特殊形式的劳动产品。

亚当·斯密(1723—1790),古典经济学创始人之一,提出了著名的劳动二分法,他将劳动者分为两种:生产劳动者和非生产劳动者。他把从事制作或农作的劳动者称为生产劳动者;将从事服务的劳动者称为非生产劳动者,如牧师、律师、医生、文人、演员、歌手、舞蹈家等。他认为,“生产劳动能够增加劳动物体的价值”,而“像演员的对白,辩论家的演说,音乐家的歌唱,他们的工作都是随生随灭的”。



让·巴蒂斯特·萨伊(1767—1832)，法国资产阶级庸俗政治经济学和边际学派的创始人。萨伊肯定了服务从属于生产性劳动，不单是单纯消费，强调需求和稀缺，否定生产过剩的存在，提出了著名的“供给能够创造其本身的需求”的观点，即所谓的“萨伊定律”。萨伊认为商品买卖实质上是商品交换，货币只在刹那间起媒介作用。同时，萨伊用效用创造价值理论替换了古典经济学的劳动价值论，对新古典经济学影响深远，认为生产只创造效用，物品的效用是物品价值的基础。

纳索·威廉·西尼尔(1790—1864)，英国著名古典经济学家，提出产品两分法，即将所有劳动成果划分为商品和服务两大类。西尼尔反对劳动价值论，认为价值由效用、供给有限性和可转移性3个因素构成。效用是直接或间接产生快乐和避免痛苦的能力。一种物品随供应量增加，其效用越来越小。价值生产中劳动和资本的供给是有限的。劳动者的劳动是对快乐与自由的牺牲，资本家的资本是资本家欲望的节制，个人消费的牺牲价值就由这两种牺牲生产出来。西尼尔认为工资是对工人牺牲的报酬，利润是对资本家“节欲”的报酬，把资本家与雇佣工人的关系歪曲为共同牺牲的平等关系，抹杀和掩盖资本对劳动的剥削关系，为资本主义制度进行辩护。西尼尔也是边际效用价值论的先驱。

卡尔·马克思(1818—1883)对经济学的突出贡献以劳动价值论和剩余价值理论为代表。马克思认为：①服务劳动是一种特殊的劳动，既可以是生产性的劳动，也可以是非生产性的劳动；②任何时候除了以商品形式存在的消费品之外，还有以服务形式存在的消费品；③服务劳动是以“活动”形式存在的无形产品，提供特殊的使用价值；④服务就是商品，有一定的使用价值，也有一定的交换价值，具有交易的性质。马克思以歌女的劳动为例区分生产性劳动和非生产性劳动。当歌女被雇佣卖唱的时候，她付出的就是生产性劳动，而当她自行卖唱的时候，她的劳动就变成了非生产性劳动。

阿尔弗雷德·马歇尔(1842—1924)，新古典经济学的代表。马歇尔对服务经济学的贡献在于他淡化了商品和服务两分法的争论，停止了对服务生产型和非生产型的争论。马歇尔认为，“自由竞争会导致生产规模扩大，形成规模经济，提高产品的市场占有率，又不可避免地造成市场垄断，而垄断发展到一定程度又必然阻止竞争，扼杀企业活力，造成资源的不合理配置。因此，社会面临一种难题：如何取得市场竞争和规模经济之间的有效、合理的均衡，获得最大的生产效率。”规模经济和竞争活力这对矛盾，最早是由马歇尔在他的名著《经济学原理》中提出的，后人便称这对矛盾为“马歇尔冲突”。“马歇尔冲突”适用于收益递增(成本递减)的行业，包括服务业，如电信业、银行业。

里昂·瓦尔拉斯(1834—1910)，法裔瑞士经济学家，边际效用价值论的创建人之一。瓦尔拉斯将服务分为生产性服务和消费性服务两类，认为服务像商品那样分为资本品和消费品，承认服务符合生产性劳动的属性，不只是单纯的消费。瓦尔拉斯把边际效用称为“稀少性”，认为商品的“稀少性”随消费量的增加而递减，并同购买商品时支付的价格成比例；消费者购买时，力求使他的每一单位货币能买到的每一种商品的效用相等，这时，他得到最大的效用，即处于均衡状态。

A·费希尔(1890—1962)，英国经济学家。费希尔1935年在《安全与进步的冲突》一书中首先提出三次产业论。他根据社会生产活动发展的历史顺序和对劳动对象进行加工的顺序将国民经济部门划分为三次产业：产品直接取自自然界的部门称为第一产业，初级产品进行再加工的部门称为第二产业，为生产和消费提供各种服务的部门称为第三产业。费

希尔认为,原料生产是第一位的,因为没有原料就不可能有任何商品的制造,因此,第二产业制品的制造取决于第一产业的生产,而服务业又取决于第一和第二产业的产出。这一分类随后成为世界通用的产业结构分类,而各国的划分又不尽一致。但是对于服务业的范畴,费希尔采用的是剩余分析法,只要不是农业和工业制造部门的产出,就属于服务部门的产出。

科林·克拉克(1905—1989)根据距离消费者远近程度、产品是否有形、生产过程与消费过程是否可分离等因素来界定服务。克拉克基于费希尔最先提出的三次产业分类,计算了20个国家的各部门劳动投入和总产出的时间序列数据,研究其人均国民收入变动和劳动力在三次产业间转移趋向的内在关联,于1940年发表了著名的“配第-克拉克定理”,即“随着经济的发展,第一产业国民收入和劳动力的相对比重逐渐下降;第二产业国民收入和劳动力的相对比重上升,经济进一步发展;第三产业国民收入和劳动力的相对比重也开始上升”。克拉克的这一表述也是经典的“产业转移理论”和“劳动力转移理论”,即随着经济发展和生产力水平的提高,劳动力会逐渐向第二产业和第三产业转移。这也就很好地解释了当前全球城市化的问题。劳动力在三次产业中的分布情况也成为衡量一个国家经济水平的重要指标。人均国民收入水平越低的国家,农业劳动力所占份额相对越大,第二、三产业劳动力所占份额相对越小;反之,人均国民收入越高的国家,农业劳动力在全部就业劳动力中的份额相对越小,而第二、三产业的劳动力所占份额相对越大。

维克托·R·富克斯在1965年的一篇论文中提出了服务经济的概念。他指出,美国首先进入了经济发展的一个新阶段——服务经济时期。富克斯在1968年出版的《服务经济》一书是第一部全面地专题研究服务理论的著作,其研究方法主要是实证研究,没有做出过多的理论概括。富克斯在《服务经济》中阐述了“服务经济”的概念,认为“美国现在正在经济发展方面开创一个新时期,在第二次世界大战结束以后,这个国家已成为世界上第一个“服务经济”国家,即第一个一半以上就业人口不从事食物、服装、房屋、汽车或其他实物生产的国家”。1911年美国工人人数超过了农民人数,标志着美国从农业经济社会进入了工业经济社会。1952年美国白领人数第一次超过了蓝领人数,标志着美国开始从工业经济社会进入服务经济社会。西方发达国家把服务业迅速发展看做“经济和消费的软件化”、“经济的服务化”,日本有人称之为“脱物现象”,即消费行为开始脱离物品。

1.2 服务经济的理论解释

1.2.1 富克斯与服务经济

富克斯指出,就业重心向服务业的转移经历了较长的渐变过程,在1920年以前美国的服务业就业增长速度与工业的增长速度基本相同,但此后服务业就业的增长速度明显加快。富克斯还探究了可能引起服务业就业较快增长的3个原因。

(1) 服务需求的收入弹性大于1,即当实际人均可支配收入增加时,实际人均服务消费以大于收入增长率的速度增长。因此,服务不仅消耗了国民收入越来越大的份额,还吸纳了国民就业的越来越大的份额。



(2) 随着经济增长与分工深化, 原先公司或家庭内部提供的服务转变为从市场购买。专业化程度的提高使服务具有较高的质量和较低的平均成本, 造成对这些服务产品的需求和生产的增加。

(3) 服务业相对于其他产业劳动, 生产率较低, 意味着服务业平均成本高于整体水平, 如果服务需求对于价格上升相对不敏感, 那么随着国民经济的进一步发展, 服务业就业在总就业中的比重将不断增加。这也是服务业就业日益增加的最主要的原因。

富克斯提出了服务经济的具体表现。

① 一半以上的国内生产总值(Gross Domestic Product, GDP)来自服务部门, 第三产业迅速发展, 且发展速度大于第二产业。

② 服务业就业人口占总就业人口的一半以上。

③ 服务消费占国民总消费的一半以上。

④ 服务业在整个国际贸易中占国际贸易总额的 1/4 以上。

富克斯还说明了服务经济发展的几个特点和趋势。

① 公益机构如大学、医院、研究所、政府部门和专业组织的大量出现是服务经济最显著的特征。当时的美国非营利机构的就业人员占服务业总就业的 1/3, 并有不断增加的明显趋势。

② 工作的“个性化”。由于许多服务不是“标准化”的工作, 而是与个人相关性较强的工作, 而且往往是高度个人化的工作, 为发挥和运用个人的才能提供了更多的机会, 例如, 科研、医疗就是典型的“个性化”工作。服务经济可能意味着许多工作的个性化, 与工业化将人标准化正好相反。

③ 服务经济从业人员的差异。“在服务部门, 我们发现, 差不多一半的职位由妇女担任, 而在工业部门, 妇女仅担任 1/5 的职位”。“我们还发现年纪大的从业人员所占比例过大”, “在服务部门, 妇女、非全日工作人员和个体经营者都很重要”。

④ 企业组织将由大企业、垄断性的经营转向中、小企业为主的经营; 大企业的所有者与经营者相分离的局面将改变, 所有者与经营者重新合二为一。

1.2.2 丹尼尔·贝尔与“后工业社会”

富克斯的这些观点是后来美国社会学家丹尼尔·贝尔(1919—2011)“后工业社会”思想的来源之一。富克斯工作的重点在实证论证, 而没有做更多的理论概括。之后, 贝尔甚至将富克斯的发现上升到社会变革的角度, 认为发达国家的社会结构将随服务经济的到来而发生根本性的变化。

1973 年丹尼尔·贝尔出版了《后工业社会的来临——对社会预测的一项探索》, 在这本书中贝尔提出了后来广为流传的“后工业社会”的概念。他认为, 现代工业社会正在进入一个新的发展阶段, 这个新阶段中的社会是以信息和服务为基础的, 其将代替老的工业社会。贝尔以技术为中轴, 将社会划分为前工业社会、工业社会和后工业社会 3 种形态(见图 1.1)。这种划分是共时性的, 又是历时性的。共时性体现在这 3 种社会形态在当今世界上的并存, 只是分布在不同的国家和地区。前工业社会形态主要分布在亚洲、非洲、拉丁美洲等国家, 这些国家基本上依赖第一类经济部门, 即农业、矿业、渔业和林业。这些经

济部门完全以自然资源为基础,生产效率低,占用社会大部分的劳动力。例如,在非洲和亚洲,农业经济占用劳动力的70%以上,是典型的前工业社会状态。工业社会形态主要分布在西欧、北欧、日本和苏联,其劳动力大部分从事工业或产品制造业,能源的开发利用为经济增长提供了保证,技术也进一步得到了发展。贝尔还预言美国将是世界上第一个进入后工业社会的国家,即大多数人既不从事农业生产,也不从事工业生产的国家。历时性体现在为3种社会形态的演变是人类社会发展和进步的必然规律,即从以不发达的第一产业为主的产业结构发展为以第二产业的制造业为主,并以第三产业为主导力量,甚至涌现出第四产业和第五产业。

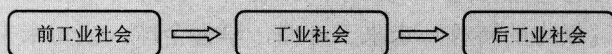


图 1.1 贝尔 3 种社会形态的演变

根据贝尔的定义,“后工业社会”是一个广泛的概念,可以用5个方面的特征加以说明。

(1) 经济方面,从制造业为主向服务性经济为主转型。

(2) 职业分布,专业与技术人员阶级处于主导地位。

(3) 中轴原理,即理论知识处于中心地位,是社会革新与制定政策的源泉。

(4) 未来方向,即信息和知识是后工业社会的主要结构特征,新技术精英涌现及社会重新分层;

(5) 制定政策,即创造新的“智能技术”。

人类正在进入以知识、信息和人才为第一资源的“智造”时代。

贝尔还提到,如果说工业社会是以商品数量作为生活标准的话,那么在后工业社会中,人们则以服务和舒适来计量生活质量,如保健、教育、休闲和文艺等,后工业社会是以服务行业为基础的。

1.2.3 罗斯托与经济发展阶段论

第二次世界大战后,罗斯托在1960年出版了《经济成长的阶段》,提出了各国经济发展要经历的5个阶段。

(1) 第一阶段:“传统社会”阶段,这个阶段不存在现代科学技术,主要依靠手工劳动,农业居于首位。

(2) 第二阶段:为“起飞”创造前提的阶段,即从传统社会向“起飞”阶段过渡的时期,近代科学知识开始在工、农业中发生作用。

(3) 第三阶段:“起飞”阶段,即经济史上的产业革命的早期,即工业化开始阶段,新的技术在工、农业中得到推广和应用,投资率显著提高,工业中主导部门迅速发展,农业劳动生产率空前提高。

(4) 第四阶段:向“成熟”发展的阶段,现代科学技术得到普遍推广和应用,经济持续增长,投资扩大,新工业部门迅速发展,国际贸易迅速增加。一般从“起飞”到“成熟”阶段,大约要经过60年左右。