

探索文库

区域服务业竞争力与政策环境研究

王小平 李素喜 等◎著

光明日报出版社

探索文库

河北省软科学研究计划项目

区域服务业竞争 力与政策环境研究

王小平 李素喜 等◎著

79

光明日报出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

区域服务业竞争力与政策环境研究 / 王小平, 李素喜等著. —北京:
光明日报出版社, 2008. 8

(探索文库)

ISBN 978-7-80206-627-4

I. 区… II. ①王… ②李… III. 服务业—市场竞争—研究 IV. F719

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 118479 号

探索文库·区域服务业竞争力与政策环境研究

著 者: 王小平 李素喜 等

责任编辑: 茹新平

版式设计: 莘海琴

责任校对: 徐为正

责任印制: 胡 骑

出版发行: 光明日报出版社

地 址: 北京市崇文区珠市口东大街 5 号, 100062

电 话: 010-67078244 (咨询), 67078945 (发行), 67078235 (邮购)

传 真: 010-67078227, 67078233, 67078255

网 址: <http://book.gmw.cn>

E - mail: grl.cbs@gmw.cn

法律顾问: 北京昆仑律师事务所陶雷律师

印 刷: 北京振兴源印务有限公司

装 订: 北京振兴源印务有限公司

本书如有破损、缺页、装订错误, 请与本社发行部联系调换

开 本: 880mm × 1230mm 1/32

字 数: 2160 千字 印 张: 80.25

版 次: 2008 年 8 月北京第 1 版 印 次: 2008 年 8 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-80206-627-4

定 价: 300.00 元 (全 10 册)

版权所有 翻印必究



目 录

第一章 绪论	1
§ 1-1 研究的背景和意义	1
§ 1-2 国内外研究文献综述	9
§ 1-3 研究内容和结构	21
§ 1-4 研究方法和技术路线	24
§ 1-5 主要创新点	25
第二章 区域服务业竞争力的理论分析	28
§ 2-1 基本概念的界定	28
§ 2-2 区域服务业竞争力的概念与内涵	38
§ 2-3 区域服务业竞争力研究的理论基础	43
§ 2-4 世界服务业发展的规律和趋势	53
第三章 区域服务业竞争力评价模型	75
§ 3-1 区域服务业竞争力评价的理论分析框架	75
§ 3-2 区域服务业竞争力评价指标体系的构建	80
§ 3-3 区域服务业竞争力水平动态评价模型	91
§ 3-4 区域服务业竞争力影响因素分析模型	94
§ 3-5 区域服务业竞争力影响因素的变参数模型	95
第四章 中国省际服务业竞争力水平动态评价	97
§ 4-1 全国 31 个省市服务业竞争力水平定量分析	97
第五章 中国省际服务业竞争力的影响因素分析	103
§ 5-1 区域服务业竞争力影响因素的定量分析	103
§ 5-2 区域服务业竞争力影响因素动态比较分析	113
§ 5-3 区域服务业竞争力影响因素的变参数分析	118
第六章 河北省服务业竞争力实证分析	123



§ 6-1 河北省服务业发展基础与现状	123
§ 6-2 河北省服务业发展形势与环境	126
§ 6-3 河北省服务业竞争力地位的比较分析	134
§ 6-4 影响河北省服务业竞争力因素分析	135
第七章 河北省服务业发展政策演变与绩效	143
§ 7-1 河北省服务业发展政策演变	143
§ 7-2 河北省服务业发展政策的绩效评价	172
第八章 河北省服务业发展政策思路与行业发展重点	188
§ 8-1 河北省服务业发展政策思路	188
§ 8-2 河北省服务业行业发展的政策重点	200
第九章 河北省服务业发展保障措施	206
§ 9-1 转变观念,提高认识	206
§ 9-2 理顺管理体制,推进体制机制创新	206
§ 9-3 完善法律法规,优化服务业发展环境	207
§ 9-4 强化服务业投融资,加大投资支持力度	208
§ 9-5 高起点规划,推动新兴服务业发展	209
§ 9-6 培育自主创新能力,提升服务业竞争力	210
§ 9-7 扩大对外开放,积极利用外资发展服务业	211
§ 9-8 以京津为重点,深化服务业跨区域合作	212
§ 9-9 加强组织领导,健全服务业发展的协调机制	213
参考文献	215



第一章 绪论

§ 1-1 研究的背景和意义

人类社会正在从工业经济社会转向服务经济社会,一些发达国家已经进入服务经济时代。在市场经济环境下,服务业竞争在越来越广的范围、越来越深的层次展开。因此,区域服务业竞争力与政策环境研究具有深刻的经济社会背景,具有重要的理论价值和实践指导意义。

1-1-1 研究的背景

一、当今世界正逐步进入服务经济时代

随着工业化进程的加快,当今世界正逐步进入“服务经济时代”。事实上,服务业已经成为许多国家的主导产业,发达国家服务业增加值占 GDP 的比重均在 70% 以上,全球服务业增加值占 GDP 的比重达到 60% 以上,即使是中低收入国家也达到了 43% 的平均水平。

研究表明,不仅就业结构,而且各种生产要素结构都是随着人均收入水平的提高从第一产业向第二产业、再向第三产业(即服务业)有序流动。人均 GDP 达到 6000—8000 美元之前,制造业是拉动经济快速发展的主导力量,而人均 GDP 达到 6000—8000 美元之后,服务业将成为经济增长的主要动力。服务业在每个国家的经济发展中起着中心作用,服务业的效益也决定了社会的进步。而且,在制造业快速发展的同时,服务业尤其是现代服务业应保持与制造业相适应的增长速度才能在制造业进入下降拐点之后,支撑整个国民经济的持续增长。



从世界经济发展演变特征看,一国的产业结构与其经济发展水平密切相关。发达国家服务业的产值比重从 20 世纪 60 年代的 45%—55% 稳定上升到 1995 年的 65%—75%;就业比重则上升更多,从 35%—50% 上升到 60%—75%。目前美国、日本及西欧主要国家服务业占 GDP 的比重均在 70% 以上。1999 年发展中国家服务业占 GDP 的比重也上升到 48.1%,服务业就业人数占国内就业总数的 30%—55%。世界平均水平在 60% 左右,印度也接近 50%。服务业正在成为世界范围内经济增长的重要引擎和主要原动力,其兴旺发达已成为经济现代化的重要标志。全球经济进一步呈现出从“工业型经济”向“服务型经济”转型的总趋势。

发展中国家产业结构变化中服务业的比重也在迅速上升。中国服务业增加值占 GDP 的比重从 1978 年的 24.2% 上升到 2005 年的 39.9%,增加了 15.7 个百分点。但是,这一比重不仅大大低于 64% 的世界平均水平,也低于发展中国家 45% 的平均水平。同时,服务业占全社会就业人数的比重由 12.2% 上升到 31.4%,增加了近 20 个百分点;服务业就业人数从 1978 年的 4890 万人增加到 2005 年的 23771 万人,增加就业 18881 万人。服务业内部结构发生了较大变化。一是流通部门(包括交通运输、仓储及邮电通信业、批发和零售贸易餐饮业)占服务业增加值的比重由 48.4% 下降到 40.6%,下降较大;为生活和生产服务的部门(包括金融、保险业、房地产业、社会服务业、卫生体育和社会福利业)比重则由 32.1% 上升到 38.0%,上升幅度较大。二是现代服务业比重上升,传统服务业比重下降。

近几十年来,随着以信息技术为代表的新技术革命的发生和普及,产业结构发生了巨大变化。1968 年,美国经济学家富克斯在经典名著《服务经济》一书中宣布:美国在西方国家中率先进入“服务经济”社会,“我们现在处在‘服务经济’之中,即在世界历史上我们第一次成为这样的国家,在其中一半以上的就业人口不再从事食品、服装、住房、汽车和其他有形产品的生产”。并认为“由英国开始扩展到大多数西方国家的从农业经济向工业经济的转变具有‘革命’的特



征;而美国已深入发展并在所有发达国家表现出来的从工业经济向服务经济的转变尽管较为缓慢,但从经济分析角度看同样具有革命的特质。”

我国虽然是处于工业化中期的发展中国家,但是已经认识到,服务业不仅对于工业化进程具有重要的制约或推动作用,而且服务业的发展水平是衡量现代社会经济发达程度的重要标志。国务院在《关于加快发展服务业的若干意见》(2007年3月19日)中指出:“服务业的发展水平是衡量现代社会经济发达程度的重要标志”、“尽快使服务业成为国民经济的主导产业”。这里,“重要标志”和“主导产业”的论断是对服务业重要性的高度评价。服务业的发展已经并将继续受到我国政府的高度重视。

因此,无论是从发达国家的经济发展进程看,还是从我国的工业化进程看,服务业对于区域经济发展具有越来越重要的作用。

二、竞争关系是市场经济环境下区域服务业之间的基本关系

市场经济是竞争的经济,竞争是市场经济中的一个核心范畴。而区域服务业竞争力的提出是人类历史发展到一个新阶段的必然产物。

回顾人类发展的历史不难发现,在人类刚刚形成国家的时候,各国之间为了各自的利益就产生了对抗,就有了竞争。在相当长一段时期内,国与国之间的竞争主要表现在政治军事力量的对抗、国与国之间的平衡关系是各国之间军事实力均衡的产物。而改变原平衡关系、建立新平衡关系的主要手段是战争。一个国家的竞争力主要表现为军事竞争力。哪一个国家军事实力强大,哪一个国家的竞争力就强。此时一个国家的经济状况虽然对其国家竞争力起着基础性的作用,但国与国之间的竞争并不直接表现为他们之间的经济竞争,而主要表现为军事竞争力的对抗。强国由于军事的强大,用战争手段入侵他国,取胜之后对被占领国进行经济掠夺,把他国经济资源占为己有。

冷战结束后,和平与社会发展逐步代替战争与军事对抗成为人



类社会发展新阶段的主流。国际环境变迁后,世界各国都纷纷将自己的主要精力集中到本国经济发展上来。在这样特定的新历史条件下,国与国之间的对抗不再是以军事形式为主,而是以经济形式为主。一个国家的经济实力强大,那么这个国家就能在国际竞争中取得主动,占据优势。因此,国家竞争力的内涵也因此发生了相应的变化。国家竞争力中的军事内涵退居其次,而经济内涵成为主要内容。因此,当代区域竞争力主要是区域经济竞争力。

在区域经济竞争中,服务业竞争越来越成为竞争的主要内容。从国际上看,发达国家与发展中国家相比,突出地表现在服务贸易具有强大的竞争优势。从我国国内各省市的经济竞争来看,各省市都在为占有更大的服务市场份额而加大服务业的发展力度。因此,竞争关系成为市场经济环境下区域服务业之间的基本关系,服务业在区域经济竞争中占有越来越大的比重。

三、区域服务业竞争力已成为区域竞争与发展的重要内容

在市场经济中,企业面临的是一个竞争环境,一个行业面临着的也是一个竞争环境,一个区域所面临的同样也是一个竞争环境。企业要参与竞争,行业也要参与竞争,区域也同样要参与竞争。企业的竞争能力称为企业竞争力,行业的竞争能力称为行业竞争力,区域的竞争能力则称为区域竞争力。区域服务业竞争力作为区域竞争力与行业竞争力的结合体,展示了市场经济环境下区域之间服务业之间的竞争关系。

服务业竞争力是直接反映服务业综合竞争能力和发展水平的指标。服务业要发展,必须依赖于服务业竞争力。服务业竞争力的强弱集中反映了综合竞争力的本质特征,并决定着一个地区服务业的辐射能力和区域影响范围。服务业竞争力已成为我国区域经济可持续健康增长的重要动力和支撑点,充满生机活力的具有强势竞争力的服务业是一个区域乃至整个国家经济增长和综合竞争力水平提升的根本依托。

随着服务业在国民经济和区域经济中的地位越来越重要,区域



服务业竞争力已成为区域经济发展水平的重要体现,不仅需要要在区域经济发展中进行积极的探索,更需要深入系统的理论研究。但回顾相关文献发现,专门以省级区域的服务产业竞争力作为研究对象的文献并不多。本著作正是从这一角度出发,试图通过深入的理论分析和应用研究,在界定区域服务业竞争力的内涵和基本特征,分析区域服务业竞争力的影响因素等基础上,探索区域服务业竞争力的评价问题,提出区域服务业竞争力评价指标体系和评价方法,建立区域服务业竞争力评价模型。在理论探索的基础上通过应用分析,旨在正确评价我国各区域服务业的竞争力水平,准确把握区域服务业在国内市场中的优势和劣势地位,并据此提出提升区域服务业竞争力的若干政策建议。因而,本著作的研究既有理论意义又具有重要的实践指导意义。

四、政策环境是区域服务业竞争力关键

影响区域服务业竞争力的因素是多方面的,其中政策环境是影响区域服务业竞争力的关键因素。特别是,我国正处于经济转轨时期,不适应服务业发展的政策依然存在,促进服务业发展的政策有待于进一步建立健全。能否为服务业发展创造一个健康的政策环境,直接关系到区域服务业发展的速度和水平。我国各省市的服务业发展具有不平衡性。发达省市服务业发展的政策在财政、信贷、税收、人才、价格、市场准入、对外开放等方面,往往比欠发达地区更优惠,更具有激励作用。因此,对于政策环境的研究就成为区域服务业竞争力研究的重要内容。

按照我国国民经济行业分类标准《国民经济行业分类》(GB/T 4754-2002),服务行业内部包括了 177 个细分行业。对于这 177 个细分行业,国家和各省市基本上都有相应的政策法规、管理办法、发展规划等等,而且这些政策法规涉及到服务业发展的财政、信贷、税收、人才、价格、市场准入、对外开放等政策领域。那么,要详细研究所有这些服务业细分行业的所有政策法规的内容特征、实施效果、存在问题与改善对策,显然是本著作不能承载的。因此,本著作侧重于



对河北省服务业发展的政策环境进行研究。

1-1-2 研究的意义

区域服务业竞争力与政策环境研究之所以重要,是因为无论在理论上还是在实践上都具有特别重要的意义,主要可归纳为以下几点。

一、扩大了区域经济研究的领域

区域经济学是讨论区域经济运行规律的经济学。传统的区域经济学主要是讨论如何通过区域内资源优化配置来达到区域经济发展目标。其特点之一是立足于区域本土资源来进行资源优化配置。虽然有的也讨论到区域间的资源优化配置问题,如绝对优势理论、比较优势理论、区域竞争力理论等,但用现代观点来评价,其深度都有限。

区域服务业竞争力与政策环境研究扩大了区域经济研究的视野,它从大区域的角度出发讨论如何提升区域服务业竞争力,创造竞争优势来为本区域的经济在大区域中进行资源优化配置。区域服务业竞争力与政策环境理论应该是区域经济学的一个重要研究领域。它扩大了区域经济研究的范围,有助于加深对区域经济学本质的认识。它告诉人们,推动本区域服务业的发展,不仅可以而且更应该依靠大区域中的资源而不是仅仅主要依靠自身的资源进行资源优化配置。

二、更能揭示一个区域服务业的战略地位

区域服务业竞争力的分析是通过构建区域服务业竞争力评价体系,应用统计学、计量经济学的手段,将研究对象区域服务业与其他区域服务业进行比较分析来做出判断的。因此,方法的本身就要求建立起一个能囊括影响区域服务业竞争力的大部分主要因素的评价比较体系,要求掌握本区域和其他区域这些因素的相关数据,比较是按预先设计好的框架与程序来开展,这就保证了研究有较好的全面性和系统性。比较分析是在收集到大量数据的基础上展开的,丰富



的、经过加工的信息,克服了只是凭拥有少量片段的信息主观进行判断的做法,大大提高了研究工作的客观性。区域服务业竞争力与政策环境研究与比较,相对位次结果重于绝对数值本身比较,使研究的对象区域在大区域中的战略地位能更清晰地得到反映。

三、对于我国市场经济建设进程中更具有现实意义

经济体制的变化带来了经济运作模式的变化,带动了思想观念和思维方式的变化。许多在其他市场经济体制中证明是成功而有效的理论与做法被引进、被本土化、被愈来愈多地接受和采用。传统的不适应新经济环境的观念与做法受到了挑战和摒弃。

市场经济是竞争的经济,竞争是市场经济的核心。因此,在发展区域经济中提出区域服务业竞争力概念,探讨其特定的内在规律及其应用,显然对处在市场经济建设时期的中国具有十分重要的现实意义。它将有助于人们加深对市场经济的认识,更好掌握市场经济的运行规律,在一个更新更深入的层次上推进区域经济发展。

四、对国内区域经济发展具有重要意义

区域服务业竞争力与政策环境研究是国家产业竞争力研究的发展,使区域产业竞争力研究从在全球范围中讨论国与国之间的产业竞争延伸到一个国家内部的各子区域之间的竞争。这对中国这样一个大国研究国内各区域经济发展具有重要的现实意义。

迄今为止,绝大多数关于区域竞争力的研究都集中国家这一层次上,研究国家竞争力中,研究者多直接采用“国家竞争力”或“国际竞争力”一类术语,研究国际服务业竞争力时多采用“服务贸易竞争力”等。如前所述,国家就是一个区域。因此国家竞争力研究就是区域竞争力研究。区域可以是一个省、一个市、一个县、甚至一个镇,也可以是数个国家组成的区域。进行区域竞争力研究,就是指对任何一层次的区域进行其区域竞争力研究,研究其在比它大的所从属区域中的资源优化配置的能力表现及其提升的对策。

不过不同层次的区域服务业竞争力的受制因素随层次不同存在



着一定的差异。如在一个国家中研究其子区域的服务业竞争力,跟在全球中研究一个国家服务业竞争力比较,至少有这么一条明显的不同:国家中的一个区域服务业在其所从属的国家大区域中的开放度和对国家中其他子区域的关联度要比一个国家区域服务业在其从属的全球大区域中的开放度和关联度大得多。对中国这样一个大国,研究一个省的服务业在全国范围中的竞争力,就相当于研究一个欧洲国家的服务业在欧洲范围中的竞争力。

一个国家内不同区域服务业发展程度不可能一样,各自的服务业比较优势不可能一样。各子区域应该通过不断提升自己的服务业竞争优势,增强其在全国范围中的服务业竞争力。其结果将使全国的服务业资源在全国范围内得到更合理的优化配置,各个子区域的服务业得以更好发展,从而使全国服务业得以更好发展。

从全国的任何层次区域的服务业来说,由于其具备了竞争优势,有较好的在大区域中优化资源的配置,必然为其服务经济发展创造更好的外部环境。

五、为区域经济战略与政策决策者提供了一个新思路

区域服务业竞争力理论将竞争概念引进区域经济学,这是一种特别有价值的尝试。一个区域通过提升自身区域服务业竞争力,创造竞争优势,参与大区域的竞争,并努力在竞争中取得主动,就有可能超越其他区域,并以此为突破点带动区域的发展,使后发展区域经济赶超先进区域经济成为可能。只要后发区域能明确自己区域服务业在大区域竞争格局中所处的战略地位,并能审时度势科学地制定出自己的发展战略,赶超的可能就可以变为现实。

由于区域制定自己服务业发展战略是立足于竞争考虑,或者说区域服务业发展的直接目标是提升其区域服务业竞争力,那么就有可能通过对影响其区域服务业竞争力的各种要素进行分析,并据此制定出提升区域服务业竞争力的战略。通过对影响区域服务业竞争力的要素分析,判断出区域服务业的战略地位。据此,就可以制定出能充分发挥优势、较好克服劣势、及时捕捉机会、有效回避威胁的提



升区域服务业竞争力的区域经济发展战略。这样,所制定出的战略就更具有针对性和实战性的价值。

§ 1-2 国内外研究文献综述

1-2-1 国外服务业竞争力研究综述

西方学术界关于服务业的研究,主要集中在宏观上的服务经济研究^{[17][19][20][33][49]}和微观上的服务营销研究方面,而且主要集中在服务营销方面。^{[177][163][28]}服务营销方面的研究文献不胜枚举,用格龙鲁斯的话说:“不少的管理学家对服务业在经济中的重要性,以及服务在企业管理中的作用做了论述。但是研究得最为彻底的是服务的营销问题”^[177]。总体上看,在对服务业竞争力的研究方面严重不足。虽然服务营销研究在某些方面也涉及了竞争问题,但都不是专门针对服务业竞争力的研究。

一、关于服务业竞争力的内涵

在竞争力的含义方面,有代表性的是,Crane's Dictionary of Business & Economics 将竞争力定义为:竞争力是公司以盈利为目的的销售产品或服务的能力,或者是国家出口商品和服务的能力(the ability of a company to sell its products or services at a profit or of a country's ability in the aggregate to export goods and services to another country in order to pay for its imports)。美国《产业竞争力总统委员会报告》认为,企业竞争力是指“在自由良好的市场条件下,企业能够在国际市场上提供好的产品、好的服务,同时又能提高本国人民生活水平的能力”^[5]。在这些定义中,竞争力的主体是企业和国家,而不是产业之间的竞争力问题。

从目前所出版的文献看,国外关于服务业竞争力的内涵,没有形成统一的定论。国外关于服务业竞争力内涵的研究主要有服务业竞争力的八要素理论和服务业竞争力的四阶段理论。所谓“服务业竞



争力八要素理论”，即“服务概念可分为四种结构要素，即传递系统、设施设计、地点和能力规划；四个管理要素，即服务接触、质量、能力、与需求的管理、信息（见表 1.1）。这八个要素体现了服务业的竞争力”^[7]。“服务业竞争力的四阶段理论”是根据服务业在服务传递方面的竞争力将服务业分为四个阶段，即“在服务质量、后台部门、顾客、新技术的引进、员工和一线管理者众多因素的影响和配合下，将服务业竞争力划分为提供服务、学徒期、获得出众能力、提供世界一流的服务四个阶段”（见表 1.2）^[42]。

表 1.1 服务业竞争力八要素一览表

服务业竞争力八要素	结构要素	传递系统	服务内部和外部的衔接、顾客和员工的接触
		设施设计	企业规模、内部环境、服务设计
		地点	场所的选址、场所的特征、一个或多个场所、竞争程度
		能力规划	管理水平、团队水平、服务水平、服务人员的素质管
	管理要素	服务接触	服务文化的传播、对员工的培训、教育和激励
		质量	测评、监督方法、期望与感知、服务担保
		能力和需求管理	对需求的测量、提供合理的供给、对企业的管理
		信息	服务信息、竞争信息、数据的搜集

资料来源：根据蒋三庚^[102]主编《现代服务业研究》第 91 页整理



表 1.2 服务业竞争力四阶段理论

	服务提供阶段	学习阶段	能力出众阶段	提供世界一流的 服务阶段
顾客	对服务的 需求	不会对服务企业 提出过高的要 求,获取服务机 会较多	顾客会不惜成 本寻找该企业	品牌代表服务 水平,服务不仅 让顾客满意,同 时提高顾客的 期望值。品牌 代表价值
员工	给顾客提供 基本的服 务,没有太 高的技术 含量	从培训教育中获 取技术,服务能 力提高,服务范 围开始扩大	有替代和挑选 的能力	有创造性和创 新性。有能力 设计出新的 流程
服务内部	组织基本协 调计划	严格管理,流程 规范	顾客选择,服 务分类细化	服务流程再造, 价值链扩大
服务外部	和服务内部 的计划一致	选择有利环境, 稳定顾客群	对核心服务大 量宣传,逐步 开拓品牌市场	拓展市场,划分 顾客群,配合多 元化流程体系

资料来源:根据蒋三庚^[102]主编《现代服务业研究》第92页整理。

当然,无论是“八要素理论”还是“四阶段理论”,都是针对服务业企业的研究,是针对服务企业在经营管理中的运作过程的研究,而不是从区域服务产业角度的研究。

二、关于服务业竞争力的研究角度

从产业角度对竞争力的研究多数是着眼于国际竞争力问题上,主要集中在以下三个方面:

一是以制造业为背景,研究制造业的服务竞争力或是关于生产性服务业竞争力水平对制造业的影响的研究^{[43][177]}。比如关于制造



业的服务竞争力或是关于生产性服务业竞争力水平对制造业影响的研究、国际竞争力中制造业与生产者服务业相互依存关系的研究(President's Commission on Industrial Competitiveness, Global Competition)、关于运用 IT 技术提高竞争力和顾客服务水平的研究等^[30]。

二是专门针对服务业国际竞争力的研究^{[11][56]}。服务业国际竞争力的评价是国外研究的重点,主要体现在分别由 WEF(世界经济论坛, World Economic Forum)和 IMD(瑞士洛桑国际管理学院 International Institute for Management Development)每年公布的《世界竞争力报告》中。报告对服务业国际竞争力的评价侧重项目和资产过程,评价的指标中软指标较多,需要众多专家打分,所以获得的数据不太客观。另外还有比如关于服务业国际竞争力水平测量^[163]、关于服务业竞争力的国际比较研究^{[37][42][55]}等等。

三是专门针对某一服务行业进行的服务业国际竞争力的研究。研究某一个服务行业,如关于贸易领域中服务与竞争力关系的研究^[41]、关于金融服务业竞争力的研究^[36]、Ritchie, J. R. B, Crouch, G. I^[44]以及 Douglas G. Pearce^[15]对旅游产业可持续发展与竞争力等进行了多方面的详细研究等。这些文献的共同点在于,都不是针对一国内各区域之间服务产业竞争力的研究。例如菲利普^[21]等人研究了欧盟保险业的竞争力。保罗^[37]等人研究了知识密集型服务业的国际竞争力。玫尔^[2]等人比较了德国、英国和美国等国家的服务竞争力。大卫^[41]等人探讨了贸易领域中服务业与竞争力的关系。

综观以上三方面的研究,依然存在没有对服务业竞争力本质进行深入研究、对服务业竞争力的决定与影响因素不够系统等问题,更多研究成果都属于直接应用性研究,且没有涉及服务业竞争力的基本理论体系,即使是关于服务业的专著,同样主要集中于服务管理与服务营销。^{[8][9][10][13][14][24][25][43][54]}

四是对于一国内不同区域间服务业竞争力的比较研究。具有代表性的是西城(Hitchens D.)、奥弗雷(O'Farrell P.)和康威(Conway