



中國廣播出版社

服 务 经 济 学

〔日〕 井原哲夫 著
李桂山 李松操 译

中国展望出版社

一九八六年·北京

内 容 提 要

作者根据七十年代以来日本经济结构的急剧变化,综合了大量数据,结合具体事例,进行了定性分析和定量分析,从理论上阐明了服务经济的性质、特点、形式和作用。作者探讨了服务经济的内在联系,根据服务产业共有的特点,提出了“需求时间的代替费用”、“时间的经济效益”、“消费者购物的费用”、“零售商店地址的选择”和“用工业产品代替服务”等一些新颖的观点。这对发展我国的第三产业具有很大的参考价值。此书适合第三产业的经营管理人员,从事财贸工作的同志和经济研究工作者阅读参考。

服 务 经 济 学

〔日〕井原哲夫 著

李桂山 李松操 译

*

中 国 展 望 出 版 社 出 版

(北京西城区太平桥大街4号)

北京朝阳区展望印刷厂印刷

北 京 市 新 华 书 店 发 行

开本 787×1092毫米1/32	5.75 印张
-------------------	---------

123千字	1986年9月	北京第1版
-------	---------	-------

1986年9月北京第1次印刷	1—4,000册
----------------	----------

统一书号: 4271·201 定价: 1.30元

译 者 的 话

本书作者井原哲夫是日本庆应大学产业经济研究所研究员。他长期以来致力于服务经济学方面的研究工作，除了本书之外，还出版过《零销市场的经济学》、《商品消费者的经济学》、《巨大城市的结构》等专著，是一位著名的日本经济学者。

日本经济在七十年代，特别是1973年的第一次石油危机之后，经济结构发生了很大的变化。在日本产业结构中，第三产业的比重明显上升。无论是就业者构成，或者是国民净产值的比重，第三产业所占的份额都超过了50%。包括批发商业、零售商业、金融、保险、不动产、交通运输、电力、通讯、医疗、教育、政府公务人员等的第三产业（本书统称之为服务经济）的发展进一步推进了日本流通结构和消费结构的变化。很多经济学者认为，日本经济正在向信息产业占主导地位的柔型经济方向发展。

本书从日本经济结构的急剧变化中，突出了服务经济的地位和作用。作者以简练的笔法，理论结合实际，阐述了日本服务产业中出现的超级市场、联号经营、商业集聚等一些新形式。本书不是仅就每种行业进行介绍，而是力图从理论上说明服务经济的本质及其得以迅速发展的内在原因，并以具体生动的事例，把论述重点放在服务经济如何提高企业和消费者的经济效益上。我们从本书中可以看到时间的经济效益、消费者的距离、零售商业的布局等一些使我们深感兴趣的具休事例。

前 言

自从进入昭和五十年代（1975年开始）以来，听到“服务经济化”这个专业术语的机会，就一天比一天地多了起来。不论从就业者的人数来看，也不论从生产数量来看，服务产业（第三产业）所占的比重都超过了50%。可以说，服务产业的重要性日益被人们所重视，已成为必然的趋势。不过，对于“什么是服务”的概念，未必都能解答得很透彻。如果过份地强调服务产业是今后解决就业的场所，并且对此抱有很大的希望，那么，服务产业比例的增加，将和经济不健全化同义而语，就失掉它的意义了。我认为，这种看法之所以产生，是因为关于服务的本质问题，还有许多地方尚未明确的缘故。

经济学对物质财富市场的理论化已经取得了显著的成功。在经济学研究领域内的物质财富主要是指工业产品或农产品而言。这种经济理论，虽然已被服务所应用，但其结果，往往把服务的本质歪曲了。

服务与工业产品或农产品的根本区别，在于“不存在库存”的特性。这种特性来自“运送的不可能性”和“生产时间的模式是由需求时间的模式所决定”的性质。前一特性对服务供给者的布局影响很大，也就是说，必须有接近一般需

求者的条件；而制造业的情况虽然存在着产品运输费用的问题，但是，对选择基地条件的要求，要比服务产业宽得多。

后一特性，对服务供给者来说，供给的时间要受很大的限制。百货商店如果在星期日闭店休息，营业额当然因之下降，并且这种性质，正如本文所详细阐明的那样，必然要导致暂时的需求过剩的现象。它作为阻碍供给效率化的因素是很重要的。显然，对于雇佣形态的影响也是很大的。

经济学把制造业和农业放在重要地位，通过抽象的市场预测，使体系单纯化，对经济学的发展所作的贡献很大。这主要是因为其产品具有“库存”的性质。如果服务市场把抽象的市场概念毫无批判地引进过来，就不能说明服务的特有现象。为了使这种服务的特有现象成为现实，必须注意时间和空间两个方面，其结果必然会预想到，说明有关服务现象的理论模式将是极其复杂的。所以说，“服务很难理解”，这就要求我们应该先从考虑时间和空间的问题入手。

由此可见，服务比农产品和工业制品的现象，具有更为复杂的必然性。但本书尽可能地把使用现有的概念，以具体的实例进行简明的阐述，但又不想仅仅停留在现象罗列及其说明上。

本书始终力求在把复杂现象的内在联系揭示出来的同时，还要设法使现象成为必然性。

此外，根据上述理由，服务产业比其他产业更具有多样性。但是，本书不准备说明服务产业所属的各种行业，而是尽可能地着眼于服务的本质问题，围绕服务的特殊现象的背景，把重点放在阐明其内在联系上。

本书分析了日本经济在改变经济结构、发展服务产业方面的经验，有不少值得我们参考、借鉴之处。译者衷心希望这本译著对广大读者有所帮助。

1958年4月

目 录

前言

第一章 有关服务业的特殊现象

- 第一节 过剩需求与过剩供给 (1)
- 第二节 价格上涨率高 (3)
- 第三节 供给者的地区集中 (4)
- 第四节 劳动密集性 (6)
- 第五节 服务产业的零碎性 (7)

第二章 什么是服务

- 第一节 服务生产的含义及种类 (10)
- 第二节 服务体现在事物中 (15)
- 第三节 制造业与服务产业的混合 (18)

第三章 服务的特殊性

- 第一节 库存和运输的不可能性 (21)
- 第二节 需求决定生产 (24)
- 第三节 计划生产的不可能性 (25)

第四章 服务的供给

- 第一节 过剩需求与过剩供给的发生 (29)
- 第二节 差别收费的对策 (34)
- 第三节 限制时间的对策 (37)

第五章 服务的需求时间

- 第一节 影响服务需求时间变动的因素 (41)
- 第二节 需求时间的代替费用 (43)
- 第三节 体现于物质中的服务及其需求时间的代替费用 ... (45)

第四节	降低需求时间的代替费用的对策	(48)
第五节	服务需求时间的随意选择性能	(50)
第六章	需求者的距离与地价	
第一节	运输费用和服务产业的布局	(54)
第二节	地价和服务产业的布局	(56)
第三节	地价与服务价格	(60)
第七章	服务产业的集聚	
第一节	实现消费者最低购物费用的条件	(61)
第二节	品种齐全和购物费用	(64)
第三节	地价、消费者行动及商业集聚	(69)
第四节	其他服务产业的布局	(71)
第八章	家庭经济为什么需要服务	
第一节	家庭经济内部服务和家庭经济外部服务	(73)
第二节	服务购买量的变化	(77)
第三节	服务和工业产品的代替	(80)
第九章	企业的服务需求	
第一节	生产和销售的分离	(85)
第二节	设备利用率造成的成本差异	(88)
第三节	服务需求的不连续性	(90)
第四节	需求规模和供给规模	(92)
第五节	其他的理由	(93)
第十章	需求规模和服务产业的成立	
第一节	需求规模与服务产业	(94)
第二节	供给条件与消费支出	(96)
第十一章	服务的公共性	
第一节	按照费用的解释	(104)
第二节	需求者行动的公共性	(105)
第三节	服务产业成立的必需性和公共性	(108)
第四节	地区政策与公共服务	(111)

第十二章	服务产业与城市化	
第一节	服务产业的地区分布·····	(114)
第二节	消费者的服务需求与城市化·····	(117)
第十三章	服务质量与投资	
第一节	设备利用率与设备投资·····	(123)
第二节	服务产业的投资动机·····	(126)
第十四章	服务的竞争	
第一节	价格与质量·····	(130)
第二节	距离、价格、“需求时间的代替费用”·····	(134)
第三节	非价格竞争与服务·····	(136)
第十五章	时间的经济效益	
第一节	时间的价格·····	(139)
第二节	旅客的运输和货物的运输·····	(145)
第三节	时间的价格与消费·····	(148)
第十六章	专门服务的价格与生产性	
第一节	收入差距产生的途径·····	(151)
第二节	收入差距发生的历史及今后的展望·····	(156)
第十七章	服务经济化与今后的课题	
第一节	服务经济化的概念·····	(159)
第二节	服务的效率化·····	(162)
第三节	服务的供给主体·····	(166)
第四节	服务经济化与劳动问题·····	(167)
参考文献	·····	(171)
后记	·····	(170)

第一章

有关服务业的特殊现象

看看实际情况，可以很容易地了解到，服务这种“商品”所发生的各种现象，是与制造业产品和农产品的现象有许多明显的不同之处的。这种不同涉及到服务的需求、供给、价格形成和供给者选定服务基地等许多方面。关于服务现象和其他商品现象的差别，是否只是相对的呢？就这个问题来说，如果认识到服务的本质，也就很容易明白了。这种差别是从服务特有的性质派生出来的，应该说这是必然的。

本书的目的之一是搞清“服务的本质”，同时也是把“关于服务的现象和问题”作为必然性来阐述的。在探讨这些内容之前，让我们把服务现象方面的若干特征同其他商品来比较一下。因为我认为，这对认清服务问题、明确本书的观点都是必要的。当然，在顺序上应该先明确服务的定义，但这样一来，涉及的问题较多，所以有关服务的定义只好留在以后再谈。这里暂就通常含义的服务作一考察。

第一节 过剩需求与过剩供给

我们计划旅游，预定旅馆，并非随时都可以办到。特别是到了星期六夜晚才去办理住宿，往往要遭到谢绝。盛夏去海水浴场，或者隆冬去滑雪场预定旅馆的时候，遇到的也可

能和上述遭到谢绝的情况基本相同。有时即使住上了旅馆，但又对取得特快或普通快车的对号席票大伤脑筋。如果坐汽车，道路的堵塞也可能很厉害。订不上旅馆时，不得已去看电影，但影院也因假日而客满。百货公司也有人满之患。到后乐园去看职业棒球比赛，又因为这里满员而进不去。没有办法，只好回到家里，一边看棒球夜间比赛的电视节目，一边喝啤酒来消磨时光。我想有这样经验的读者是非常多的。这就是说，虽然想购买服务，但因服务的供给不足，而不能如愿以偿。

制造业的产品有这种现象吗？的确，这种暂时的现象也是有的。但那毕竟是一时的现象。如果产品出现不足，厂商就会采取增产措施，过不了多久，产品不足的现象就可以消除。象1973年秋人们一般说的“卫生纸骚动”^①那个时期，很多商品供不应求，消费者在商店排队。但是，商品不足情况持续不多久就解除了。商品不足现象的消除，容易使人推测为，与其说是由于需求关系恢复了正常，倒不如说是由于增加供给才使需求维持了高水平。所以只要增加供给，商品供不应求的现象就会消失。

另一方面，服务业需求过剩的情况，看起来似乎将长时间持续下去，即使增加供给也不能消除。例如，星期六或新年假日难以预订旅馆由来已久，绝非最近的现象。

服务供不应求的状况并不是经常的。冬季里海水浴场的旅馆，无人投宿的情况并不稀奇，有时甚至歇业。平时温泉旅馆也常有空房，在淡季，特快车的座位甚至要闲一半，经

^① “卫生纸骚动”，是指1973年秋石油危机后，日本物价急剧上涨，很多商品供不应求。人们甚至在商店争购洗涤剂、卫生纸等。——译者注

常可以看到，在不发奖金月的平常日子里，百货商场的顾客寥寥无几，形成店员们站着无事可干的场面。电影院和高尔夫球场也同样如此。

这样，服务业也时常出现供给过剩的现象。需求过剩和供给过剩的情况悬殊很大。这种现象是否也出现在制造业中呢？的确，在萧条时期设备利用率远远达不到百分之百是很明显的。这是供给过剩的反映。而在经济繁荣时期设备利用率则超过百分之百。但是，不象服务那样，制造业一般不存在一周这样的短时期内或者因为季节不同，设备利用率发生大幅度变动的现象。例如，月份牌的需要虽然集中在十二月份，但它的生产并不一定要在十二月，而可以在一年里有计划地进行。空调和暖气设备等季节性商品也是如此。

上述服务业商品和制造业商品的差别，是怎样产生的呢？我们在下面将要详加说明。那是由服务的重要本质，即“库存不可能性”所产生的必然现象。

仅就需求过剩现象而言，它并非是所有服务产业所特有的现象。这里是有例外的。例如，在正常的情况下，打开电气开关就随时可以利用电，城市的煤气和自来水也是如此。还有不论小学或中学，不管什么学校，谁都可以入学。但是，这些行业被称为公益事业，它们有义务从政策上配合需求高峰来调整供给能力，因而需求过剩的现象并未表面化。后面还要详细谈到，服务需求过剩现象是把许多服务业作为公益事业来经营的重要根据。

第二节 价格上涨率高

当观察各种消费资料价格时，就可以看到服务价格上涨

得特别快,每到理发店理发就感觉理发费在上涨,国营铁路的票价每年都在提高,出租汽车的定期涨价也是事实。当然,制造业的产品和农产品也在涨价,但统计数字表明,它和服务费用的上涨率相比,前者要小得多。

1965年至1975年,消费物价指数上涨了2.15倍。在此期间里,服务费用上涨率相当高,例如,理发费上涨4.14倍,烫发费上涨4.03倍,出租车收费上涨2.45倍,裁缝费用上涨3.22倍,洗澡费上涨2.86倍,幼儿园托儿费上涨3.26倍,补习学校费用上涨3.73倍,其他学费上涨3.73倍,家庭佣人费用上涨2.73倍等等。这当然是由于雇用人的费用的比重特别大,因而工资的提高敏感地反映到价格中去。换言之,就是这些服务很难实现生产的效率化。

但是,并非所有服务费用的上涨率都很高。电话费、电费、煤气费等的上涨率,长时期内都属于较低的。这是因为雇用人的费用在这些服务生产成本中所占的比例较低,而且这些部门具有能够期待在某种程度上提高生产率的性质。服务价格上涨快,始终是就平均数而言的。根据服务的性质,也有可以由资本代替的东西。

尽管如此,一般说来服务价格的上涨率相对要高。如果这是由于服务生产难于实现效率化的话,也就有它的必然性了。正如后面将要提到的那样,这是从“库存不可能性”引申出来的。

第三节 供给者的地区集中

我们利用服务时会注意到它在选择服务基地方面的集中性。小卖店只是星星点点地分布在住宅地区,而却集中在站

前等商店街地区。站前银行栉比林立是常见的情景，饭馆也集中在繁华场所。这些服务产业的主要利用者既然是消费者，从道理上讲，选择分散的地区可以缩短和消费者的平均距离，使利用者感到方便；从服务的供给者看来，也有利于竞争。但从现实的地区集中情况来看，又似乎不是这样。另外，在住宅地区的小卖店，生意又不那么兴隆，似乎消费者具有到远处的商业集中区去利用服务的习惯。

从城市规模的类别来看，服务产业分布集中化的倾向就更加明显。一般说来，在一定地区内，比如以首都地区为例，城市规模越大，对于居住人口来说，服务产业（按就业人数）的比重就明显地增高。如果按人口每人的平均购买服务量相等，人们都在自己居住地区内购买服务的话，那么，城市越大，服务产业的经营条件就越不利。但是，现实情况，恰好相反。

为了对上述现实情况进行综合说明，就必须否定下面两个假定，即（1）按人口平均的购买服务量是相等的；（2）人们在居住地区购买服务。第一个假定从比较狭窄的地区来看是符合实际的。如果是这样的话，第二个假定就成了问题。就是说，假如“人们都到更大规模的城市去购买服务”的话，那么，上述现实情况就理应立即得到说明。而且，这种行动是符合现实的。

城市人口越多，越能集聚更多的服务产业。只要能说明人们具有追求更多的服务产业集聚的必然性的话，上述现象就是理所当然的了。

另一方面，制造业却不一定集中在城市地区。当然，在市场因素（距离市场的运输费）非常重要的经济发展中期之前，工厂具有向大城市集中的倾向。但是，随着交通的发

达，运输费的相对下降，同时，人口向城市集中，大城市地区土地价格上涨，工厂向地方分散的时代即将到来。对公害限制的加强成为推进这种倾向的因素。使向地方分散活动成为可能的，是制造业产品所具有的“库存可能性”。

在这期间，服务产业停留在城市。有的行业更多地表现出向城市集中的倾向。正如后面要论述的那样，可以从服务的性质和需求者的行动中，说明其必然性。

第四节 劳动密集性

除了电力、煤气、自来水、电话等特殊服务行业之外，其他服务产业被认为是劳动密集型的。如上所述，工资上升容易反映到价格中来，这是因为人工费在生产成本中所占的比重大，也就是劳动密集的缘故。在理发馆和美容院的成本中，有很大的一部分是人工费。小卖店经营商品的收益（销售价减去进货价）中人工费占很大比重。饭馆也是如此。在资本费用中，地点费用（房租）所占的比重，要高于为了节省人力而使用的机器费用。

上述现象与制造业形成明显的对照。平均说来，制造业产值（付加价值）中资本费的比重相当高。另外，在资本费中，机器类的比重又相对高于地点费。这是因为，制造业通过购买机器，节省了人力从而急剧地提高了劳动生产率。如化学、钢铁一类行业，机械化已经发展到工厂内不易看到人的程度。

另一方面，劳动密集的服务产业（不包括装置产业），如商店，则到处是店员，而且，和二十年前相比，也看不出有什么变化，只是桌、椅、陈列柜等室内装饰更加美观一些

而已。理发店、美容院接待每位顾客的时间也没有明显缩短的迹象；街里的小卖店依旧沿用老一套的接客方法去推销商品；吃茶店也同样如此，客人入座后，店员就送上热水和毛巾把，等候客人点饮食品。

那么，这些服务产业为什么不能实行机械化呢？为什么不采用只要把头放进机器里就能电烫的机器并使之商品化呢？当然，也并不是完全没有实现机械化的可能。例如，香烟和饮料的自动贩卖机就相当普及。但是，在小卖店的销售总额中，自动贩卖机销售额所占的比重是微乎其微的。大部分商品还和从前一样，通过人的双手卖出去。

服务机械化为什么难于实现的问题留待后面去解答。但这里应当指出，难于实现机械化，意味着劳动生产率不易提高。如果这样，就将得出这样的结论，即，服务需求的增加，是和劳动力需求的增加成正比的。服务业是大量吸收劳动力的产业。

第五节 服务产业的零碎性

一般来说，属于服务产业的企业，其规模是比较零碎的。当然，电力、煤气、自来水，铁路等装置产业的服务业规模并不小。但是，除了这些行业之外，其他行业的规模要比制造业小得多。走到街上，就可一目了然。大多数小卖店的规模较小，饮食店或多数服务业也同样如此。其中也有超级市场那样规模大的商店，但和大工厂相比，它的规模又相对地要小了。

如上所述，服务产业的规模是存在着细小的必然性吗？探索其原因，仍然会遇到后面将要展开分析的服务产业的库