



# 网络时代 的服务型经济

中国迈进发展新阶段

江小涓 等 © 著

The Service Economy in the Internet Era  
China Entering a New Stage

中国社会科学出版社



# 网络时代 的服务型经济

中国迈进发展新阶段

江小涓 等 著

The Service Economy in the Internet Era  
China Entering a New Stage

中国社会科学出版社

## 图书在版编目(CIP)数据

网络时代的服务型经济：中国迈进发展新阶段 / 江小涓等著. —北京：中国社会科学出版社，2018.4

ISBN 978 - 7 - 5203 - 0366 - 8

I. ①网… II. ①江… III. ①服务经济—经济发展—研究—中国  
IV. ①F719

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 081508 号

---

出 版 人 赵剑英  
责任编辑 王 茵  
特约编辑 吕 丞  
责任校对 闫 萃  
责任印制 王 超

---

出 版 中国社会科学出版社  
社 址 北京鼓楼西大街甲 158 号  
邮 编 100720  
网 址 <http://www.csspw.cn>  
发 行 部 010 - 84083685  
门 市 部 010 - 84029450  
经 销 新华书店及其他书店

---

印 刷 北京君升印刷有限公司  
装 订 廊坊市广阳区广增装订厂  
版 次 2018 年 4 月第 1 版  
印 次 2018 年 4 月第 1 次印刷

---

开 本 710 × 1000 1/16  
印 张 27.5  
插 页 2  
字 数 333 千字  
定 价 98.00 元

---

凡购买中国社会科学出版社图书，如有质量问题请与本社营销中心联系调换  
电话：010 - 84083683  
版权所有 侵权必究

# 目 录

|                                                      |      |
|------------------------------------------------------|------|
| <b>导言:服务经济时代的来临</b> .....                            | (1)  |
| 一 服务业主导的增长:符合我们的期待吗 .....                            | (1)  |
| 二 本书结构和主要内容 .....                                    | (4)  |
| <br><b>第一章 服务和服务业:若干基本问题 and 研究难点</b> .....          | (9)  |
| 一 定义、分类和特征 .....                                     | (9)  |
| 二 精神和心理需求:服务消费的重要领域 .....                            | (17) |
| 三 服务经济研究的特殊困难和问题 .....                               | (23) |
| 四 互联网时代服务业的创新与质变 .....                               | (28) |
| <br><b>第二章 服务业比重上升:真实增长与名义增长</b> .....               | (33) |
| 一 服务业比重上升的两种含义 .....                                 | (33) |
| 二 “名义”增长的“真实”意义 .....                                | (42) |
| 三 名义增长带来的挑战与问题 .....                                 | (46) |
| <br><b>第三章 中国服务业:阶段特征、国际比较及偏差</b><br><b>解释</b> ..... | (52) |
| 一 中国服务业发展的历史回顾 .....                                 | (52) |

## 2 网络时代的服务型经济：中国迈进发展新阶段

- 二 影响服务业发展的相关因素：国际比较 ..... (71)
- 三 影响服务业发展的相关因素：国情特点 ..... (79)

## 第四章 中国服务业的全要素生产率及其

- 对制造业的影响 ..... (83)
  - 一 研究背景、文献和研究对象 ..... (83)
  - 二 数据来源和基本信息 ..... (85)
  - 三 服务业与制造业在“对外开放度”“税收负担”  
和“全要素生产率”方面的异质性概述 ..... (87)
  - 四 回归分析 I：对外开放度、税负、市场竞争程度  
与全要素生产率 ..... (106)
  - 五 回归分析 II：服务业效率与制造业效率之间  
的关系 ..... (113)
  - 六 结论与政策建议 ..... (115)

## 第五章 政府与市场的合理分工：以公共服务业

- 为例 ..... (120)
  - 一 公共服务业的重要性和特殊性 ..... (120)
  - 二 发展公共服务业的重要意义 ..... (126)
  - 三 特殊问题：无限需求和有限供给 ..... (130)
  - 四 相关经济理论问题 ..... (132)
  - 五 高效合理提供公共服务 ..... (138)

## 第六章 经济利益与社会价值的权衡：以文化产业

- 为例 ..... (147)
  - 一 理论演进与相关争论 ..... (147)

|            |                                      |              |
|------------|--------------------------------------|--------------|
| 二          | 潜力巨大的消费领域 .....                      | (157)        |
| 三          | 国情特点与独特优势 .....                      | (161)        |
| 四          | 几个特殊问题 .....                         | (165)        |
| <b>第七章</b> | <b>互联网大数据时代的服务业创新 .....</b>          | <b>(176)</b> |
| 一          | 内容创新和商业模式创新 .....                    | (177)        |
| 二          | 若干创新案例 .....                         | (181)        |
| 三          | 问题和挑战 .....                          | (197)        |
| <b>第八章</b> | <b>全球化时代的服务生产与消费 .....</b>           | <b>(203)</b> |
| 一          | 服务全球化的特点和复杂性:传统形态 .....              | (203)        |
| 二          | 促进服务全球化的主要因素 .....                   | (210)        |
| 三          | 互联网时代的服务全球化:新的形态 .....               | (214)        |
| <b>第九章</b> | <b>文化产业的经济学分析 .....</b>              | <b>(223)</b> |
| 一          | 文化、文化产品、文化产业的概念及其经济学<br>特征 .....     | (225)        |
| 二          | 当前国内外关于文化产业发展的研究脉络 .....             | (234)        |
| 三          | 文化产业发展的经济学理论分析 .....                 | (237)        |
| 四          | 文化产业的发展趋势——矛盾中寻求平衡,<br>平衡中实现发展 ..... | (263)        |
| <b>第十章</b> | <b>全球价值链视角下中国动画电影产业发展<br/>模式变迁研究</b> |              |
|            | ——一个演化经济学的视角 .....                   | (272)        |
| 一          | 引言 .....                             | (272)        |

#### 4 网络时代的服务型经济:中国迈进发展新阶段

|                                               |       |
|-----------------------------------------------|-------|
| 二 动画电影产业的价值链与全球价值链 .....                      | (273) |
| 三 基于全球价值链的中国动画电影产业发展<br>模式演进:一个演化经济学的视角 ..... | (284) |
| 四 动画电影产业政策变迁:如何建设“有为<br>政府” .....             | (295) |
| 五 简要总结 .....                                  | (302) |

### 第十一章 保险业视角下的生产服务业特性与创新 .....

|                                 |       |
|---------------------------------|-------|
| 一 保险业与制造业理论与实证比较 .....          | (306) |
| 二 作为服务业的保险业创新——互联网保险 .....      | (326) |
| 三 我国作为服务业的保险业改革<br>发展政策建议 ..... | (338) |

### 第十二章 新的信息技术条件下政府的决策与服务 .....

|                         |       |
|-------------------------|-------|
| 一 政府决策和服务具备新的信息基础 ..... | (343) |
| 二 政府履职的有利条件 .....       | (346) |
| 三 开放公共数据和创造新的生产力 .....  | (355) |
| 四 问题与挑战 .....           | (358) |

### 第十三章 服务经济理论:挑战及创新 .....

|                                    |       |
|------------------------------------|-------|
| 一 从信息经济学回到古典经济学:大数据的<br>理论意义 ..... | (363) |
| 二 对价格理论和宏观调控的挑战 .....              | (366) |
| 三 学习研究模式的变化 .....                  | (373) |
| 四 创新高回报、市场控制力与收入差距扩大 .....         | (374) |
| 五 服务业劳动生产率低的判断还正确吗 .....           | (379) |

|                                   |       |
|-----------------------------------|-------|
| 六 经济理论创新发展的探索方向 .....             | (385) |
| <br><b>第十四章 中国服务业展望:巨大创新空间和发展</b> |       |
| 潜力 .....                          | (391) |
| 一 国际比较:进入加速发展时期 .....             | (392) |
| 二 与国情特点相关的强劲推动力 .....             | (393) |
| 三 互联网时代的独特优势 .....                | (395) |
| 四 加快改革开放促进创新发展 .....              | (399) |
| 五 协同共治与有效监管 .....                 | (404) |
| <br><b>附录:服务经济理论演进及启示 .....</b>   |       |
| <b>后 记 .....</b>                  |       |

# 导言：服务经济时代的来临

## 一 服务业主导的增长：符合我们的期待吗

2015 年，服务业在中国经济总量中的比重首次超过 50%，意义重大，标志着我们进入了服务经济时代。今后若干年，服务业将成为中国经济发展的主导力量。与先行国家同期发展阶段相比，服务业在中国地位更为重要。这种重要性既来自量的增长，也来自质的提高，更来自对经济社会和人们生活多方面的深刻影响。今后服务业创新创业更多，服务内容更加丰富多彩，与农业、制造业的融合更紧密，对经济全局的影响更大，对人们生活各方面的渗透更广，对收入分配和社会公平带来新的问题，对公共服务和社会治理带来更多新挑战和新机遇。

理论分析和产业发展实践都表明，“服务”与“商品”的性质有许多不同，服务业带动的增长与制造业带来的增长有许多不同，服务消费与商品消费的获得感有许多不同。这三个不同使得服务业主导的发展阶段有若干特点。这些特点有些符合我们的期待，有些会出乎人们的预料，还有一些会引起社会质疑。下面先举几个例子。

## 2 网络时代的服务型经济：中国迈进发展新阶段

例一：1980年，北京买一台17英寸黑白电视机的价格约为1000元，聘一位家政服务员的价格为500元/年，两者中商品消费占大头。2014年，北京买一台21英寸平面彩色电视机的价格约为1000元，聘一位家政服务员的价格约为36000元/年，两者中服务消费占大头。然而真实的消费内容和消费结构没有改变：买了一台电视机和聘了一位家政服务员，而且电视机的品质相对改善更多。

问题一：我们服务消费的比重上升了，带来了福利改善吗？

例二：2011年冬季，海南辣椒运到北京销售，海南椒农以13.8元/千克卖给收购商，运送全程绿色通道，也没有乱收费，到北京农贸市场后的零售价格为30元/千克。北京消费者购买辣椒的价格，大部分是“流通环节”产生的成本。

问题二：流通环节收益超过了生产环节收益，这种现象合理吗？

例三：2014年，中国网络游戏产业销售收入超过1200亿元，成为娱乐业产值大户。但是，玩游戏这类消费受到不少质疑：花了钱，费了时间，耽误了工作和学习，影响了亲友之间的交流。

问题三：精神消费和物质消费等价吗？网络游戏产业的GDP和汽车产业的GDP等价吗？

例四：2013年10月，央视播出了一个系列调研，报道了星巴克在4个国家的售价，中国居首位。据央视计算，成本不足5元的中杯拿铁要卖27元。这个案例在国内各界引起广泛关注，许多观点批评其借助国外品牌在中国“赚大钱”。

问题四：“物质”成本很低的服务翻倍收费合理吗？哪些因素决定服务价格？

最近几年，与互联网、大数据相关的服务业加快发展，传统服务业的许多重要性质发生了变化，许多新兴类型的服务业快速发展。特别是依托网络新出现的服务业，从一开始就摆脱了劳动生产率低的特点，动摇了传统服务经济理论的若干重要假设和判断。

例五：2014年下半年，国内工程机械行业13家重点企业通过对其下游客户遍布全球设备的GPS监控，发现客户的设备开工率逐月下降，到12月已经低于53%。这些企业的产品在全球市场份额占比超过三分之二，监控可以具体到每一台设备和每个时点。得出的数据足以代表全球建筑业的整体状况。

问题五：大数据时代，市场主体还需要政府提供信息来减少“盲目决策”吗？

例六：音乐会和其他艺术表演等只能“现场欣赏”，是服务业低效率的经典案例。然而，音乐+互联网后的情形全然不同，2012年12月最后一周，天后泰勒共售出5470万张数字

唱片；2014年，我国网络音乐用户规模达4.78亿元，数字音乐的市场规模达491.2亿元。

问题六：互联网时代，服务业还具有劳动生产率低的特性吗？

这些例子表明，服务业推动的增长与制造业推动的增长有许多不同。过去多年，我们生活改善主要表现为物质产品消费的增加：家用电器、手机、轿车、住房等；今后我们生活改善相当程度上是非物质的：旅游、美容、健身、玩游戏、看大片、去咖啡店聊天、通过网络购物和听音乐，还要为家政服务员付出与我们自己所挣相差无几的薪水。这是我们想要的生活状况吗？这些问题都会在这本书得到回应和分析。

## 二 本书结构和主要内容

第一章是“服务和服务业：若干基本问题 and 研究难点”。首先讨论服务的定义和特征，即非物质性和不产生有形产品，以及这个特征的含义和对生产者、消费者的影响。接下来讨论服务的分类、不同类型服务的特点及其带来的理论研究难点。这一章还专门讨论了精神和心理需求对服务业发展的重要影响。近年来，信息和网络带来许多重要变化，例如克服信息不对称、降低交易成本和生产消费的扁平化等，对服务业特征和业态等带来新的重要影响，本章对此有扼要介绍。

第二章是“服务业比重上升：真实增长与名义增长”。本章对服务业在经济总量中比重上升的含义做了较为详细的讨论。服务业比重上升，既有服务量实质增长的贡献，也有服务价格上升相对较快的贡献。文中提出决定服务业比重上升的四个主要因素，

即“一实三名”，一个真实增长因素是指服务消费“量”的实在增长，三个名义增长分别指服务相对价格上升、服务专业化和外移以及自我服务转为市场化服务。作者还指出，从静态看后几种增长是“名义”的，从动态看它们都蕴含着真实变化，有重要意义，积极的意义体现在专业化分工提高生产效率等方面，同时，也带来物价持续上升等长期压力。

第三章是“中国服务业：阶段特征、国际比较及偏差解释”。新中国成立到改革开放之前服务业发展缓慢，最近十年发展加快，比重持续上升。但与国际上相同收入水平的国家相比，比重仍然偏低。本章简要回顾了制约中国服务业发展的主要因素，包括经济发展水平、劳动力结构、消费率、全球制造基地、城市化水平等国情特点和发展阶段的影响，也包括改革滞后、开放度偏低等体制因素的影响。

第四章是“中国服务业的全要素生产率及其对制造业的影响”。这是本书中学术性最强的一章，作者使用规范的计量经济学方法，用中国第二次经济普查数据，研究中国服务业的全要素生产率及其对制造业的影响，包括服务业全要素生产率和平均效率水平分布的异质性、服务业全要素生产率对制造业全要素生产率的影响、服务业和制造业在对外开放度、税收负担、全要素生产率及其他方面的差异等。结论是，服务业的总体效率提升对制造业总体效率的提升有显著影响。

第五章是“政府与市场的合理分工：以公共服务业为例”。首先讨论公共服务的双重性质：经济和社会，事业和产业，公平和效率。接下来在区分基本公共服务和非基本公共服务的基础上，提出发展基本公共服务和基本公共服务的不同要求。还分析了与公共服务相关的几个重要理论问题，包括边际效应、平均效应和

公共服务的机会成本等，理解在公共服务领域中实现政府和市场合理分工的重要性。

书中第六章、第九章和第十章都研究文化产业，但有各自的定位和角度。第六章是“经济利益与社会价值的权衡：以文化产业为例”，重点从历史和意识形态的角度研究文化和文化产业，简要分析其中相互冲突的观点，展现了不同时期经济利益和社会价值的取舍与平衡。近些年，文化产业+互联网发展极为迅速，产业性质发生了显著变化，这也是一个分析重点。这一章还指出，中国在文化传统和市场规模方面的独特优势，使文化产业必将成为重要的支柱产业。

第七章是“互联网大数据时代的服务业创新”。“+互联网”和“互联网+”的服务业展现出增长引擎的力量。在网络经济和大数据时代，技术创新、内容创新和商业模式创新三位一体。创新产生了“平台”式产业组织、“推送”和“搜索”式服务供给方式、“粉丝经济”式市场渠道以及自助和互助服务的兴起、共享经济的发展等，还特别分析了大数据时代创新逻辑的改变及其重要意义。

第八章是“全球化时代的服务生产与消费”，文中讨论了服务贸易的特点和复杂性及其为统计和研究工作带来的难点，描述了近些年服务贸易和服务业跨国投资的迅速发展及其推动因素，研究了中国服务贸易的发展历程和现状，分析了信息服务业的发展对整个服务贸易的重要影响，特别是信息服务自身可贸易、降低交易成本、远距离精准服务能力提高和解决市场信任问题等因素的影响。这一章还重点分析了跨境电子商务的发展状况。

第九章到第十二章是四个服务业部门的研究。第九章是“文化产业的经济分析”，从经济和产业角度分析文化产业现状和发

展趋势。主要内容有：文化产业具有劳动生产率高和反经济周期效应等特点，文化产业在微观层面、中观层面和宏观层面的特点，文化产业的创新特征、产业链和集聚效应等。还提出了政府在文化产业发展中的作用，强调要处理好文化产业与文化事业、大众文化和小众文化等若干重要关系。

第十章是“全球价值链视角下中国动画电影产业发展模式变迁研究——一个演化经济学的视角”。文中介绍了互联网和信息技术进步对动画电影产业全球价值链带来的多重影响；从产业、企业和贸易三个方面分析产业发展模式变迁过程，着重分析了中国动画电影产业的价值链分工与产业比较优势的关系，分析了市场主体不断创新提升竞争力和向价值链高端发展的过程，以及市场机制如何引导产业发展模式转变。作者还分析了这个过程中政府的作用，对未来产业政策的方向提出建议。

第十一章是“保险业视角下的生产服务业特性与创新”。对保险业作了较为全面的分析，着重讨论了保险业作为服务行业的特点、保险业与制造业产业特征的比较等。特别分析了“保险+互联网”这种新业态，从多个角度探讨了互联网发展对保险业服务内容创新、商业模式创新等带来的影响。关于今后发展趋势，作者提出了混业经营、市场化制度变革、加强资金集聚和配置功能、互联网保险覆盖面扩展和渗透度深化、市场竞争加剧等趋势。

第十二章是“新的信息技术条件下政府的决策与服务”。分析互联网对政府服务的多种影响。着重从精准定向调控经济、发现行为异常的市场主体从而加强市场监管、准确有效提供个性化公共服务等方面做了分析。文中还分析了信息技术发展对公共数据开放提出的要求，政府及时开放长期积累的海量公共数据，公民、市场主体和社会组织就能够对数据价值进行挖掘，创造新的生产

力。这一章也分析了信息技术发展对现有行政体系运行带来的挑战 and 应对之策。

第十三章是“服务经济理论：挑战及创新”。互联网大数据能提供及时足量透明的对称信息，似乎正在改变信息经济学所强调的“信息不完备”的前提。文中分析了信息服务的价格形成机制对传统微观经济学理论提出的挑战，大数据提供的精准定向和差异化调控能力对传统宏观经济理论的挑战，网络经济中成功者高回报导致收入差距扩大对社会公平带来挑战等。这一章还研究了互联网大数据对人类学习思考模式和研究方法产生的深刻影响。总之，互联网大数据时代的经济现实表明，理论需要创新和发展。

第十四章是“中国服务业展望：巨大创新空间和发展潜力”。从国际比较、国情特点和互联网产业发展等多个角度，展望中国服务业发展前景。国际经验显示我们进入服务业加速发展时期，国情特点要求服务业加快发展，中国庞大的人口规模、世界领先的互联网技术和活跃的商业模式创新都将为服务业发展带来强劲推动力。今后中国服务业可能呈现出速度更快、比重更高的发展趋势。

# 第一章 服务和服务业：若干基本问题 and 研究难点

## 一 定义、分类和特征

### （一）服务的定义

“服务”通常是指没有实物形态产出的经济活动，因此“无形性”是基本性质，例如家政服务、音乐会演奏、零售业、保安、教育、旅行服务等，这些经济活动并没有产生实物结果。与制造业相比，服务有一些特点：一是生产和消费的同步性，即生产过程需要消费者参与，服务供给和服务消费同时同地发生，例如教育服务，需要教师提供服务和学生接受服务同步进行，而制造业产品是先生产出来再进行消费；二是不可储存性，服务是一个过程，“随生随灭”，生产和消费不能错期，例如现场音乐会的演奏、看护病人、体育训练等，这个性质与同步性必然同时存在；三是需求差异性，有些服务需求的个体差异很大，不可能批量和标准化供给，如医疗服务、家政服务等。下面，我们引用不同时期的两个经典表述，进一步说明研究者对服务一词的理解和定义。

法国古典经济学家萨伊较早研究了服务的内涵。他在 1803 年出版的《政治经济学概论》一书中指出：“有一种这样的价值，它