

现代服务管理系列丛书

丛书总主编 马 勇

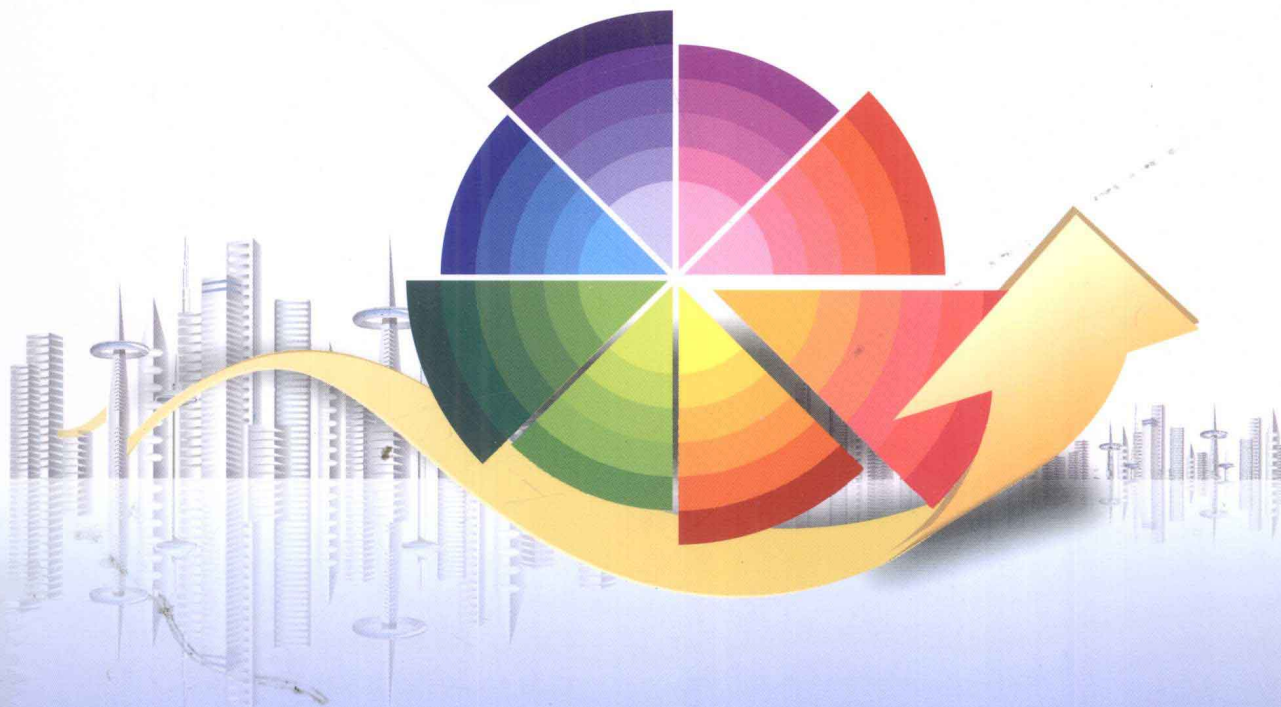
现代服务业管理

原理、方法与案例

Modern Service Industry Management
Principles, Methods and Cases

马 勇 陈小连 马世骏 编著

Ma Yong, Chen Xiaolian, Ma Shijun (Eds)



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

现代服务管理系列丛书

现代服务业管理

原理、方法与案例

Modern Service Industry Management
Principles, Methods and Cases

马 勇 陈小连 马世骏 编 著

Ma Yong, Chen Xiaolian, Ma Shijun (Eds)



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

内 容 简 介

本书是作者集二十多年现代服务业研究与管理咨询经验而撰写的一部力作。作者以独特的视角全面审视了现代服务业经营管理中的一系列问题,所以本书对现代服务业的发展有着重大的理论借鉴价值和实践推动作用。全书分为三篇含十七章内容。第一篇共分两章,着重介绍了现代服务业的基本特征,并对现代服务业未来的发展趋势进行了展望,以确立全书的基调;第二篇为共分九章,集中阐述了现代服务业发展管理的基本原理与基本方法,以及现代服务业国际化发展的基本模式,是全书的重要组成部分;第三篇共分六章,是全书的重点,具体针对物流、金融、文化创意、会展、IT、咨询等热门现代服务业领域,围绕其商业模式、管理模式、赢利模式等进行了专章阐述。同时本书还列举了大量经典的案例进行深入解析,具有极强的借鉴价值。

图书在版编目(CIP)数据

现代服务业管理原理、方法与案例/马勇,陈小连,马世骏编著. —北京:北京大学出版社,2010.10
(现代服务管理系列丛书)

ISBN 978-7-301-17817-1

I. ①现… II. ①马…②陈…③马 III. ①服务业—经济管理 IV. ①F719

中国版本图书馆CIP数据核字(2010)第186646号

书 名: 现代服务业管理原理、方法与案例

著作责任者: 马 勇 陈小连 马世骏 编著

总 策 划: 第六事业部

执行策划: 李 虎

责任编辑: 程志强

标准书号: ISBN 978-7-301-17817-1/F·2584

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.com>

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: 北京富生印刷厂

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 26.5印张 606千字

2010年10月第1版 2010年10月第1次印刷

定 价: 49.00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》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

人类进入 21 世纪以来,现代服务业所表现出来的强劲经济增长趋势和产业带动能力已经引起世人的广泛关注,世界各国和地区纷纷把现代服务业作为国民经济和社会发展的支柱产业或先导产业来培育发展。比如,以现代服务业发展而闻名全球的“金砖四国”之一的印度就是其典型代表。摩根士丹利全球首席经济学家史蒂芬·罗奇认为,发展现代服务业,印度不仅避免了大量的基础设施建设投入,而且还在全球形成了很强的竞争力。国际上很多专家学者常常把印度与中国进行比较,并把印度的崛起模式称为“印度服务”,而把中国的崛起模式称为“中国制造”,尽管这一说法不太全面,因为一个国家的崛起是由很多因素共同造成的,但从中我们还是可以或多或少地看出,中印两国经济社会的发展模式和侧重点是有所不同的。特别是随着后金融危机时代的到来,以 IT、物流、金融等为首的现代服务业更需要得到进一步的提升与发展。从发达国家看,现代服务业的增长对 GDP 贡献的比重就普遍已经达到 60%以上,现代服务业已经为它们带来了巨额利润和经济的空前繁荣。从我国而言,北京、上海、杭州、大连、厦门等市政府都把现代服务业列为当地经济发展新的增长点,并率先编制了地区性的现代服务业发展规划。伴随着现代服务业的高速发展,服务经济对中国各地旅游、城建、科技、经济等多个方面也产生了重要影响。但是由于我国现代服务业起步较晚,与西方发达国家的现代服务业相比较,在发展理念、管理水平以及服务质量上都有很大差距。因此,要促进我国现代服务业的发展,就必须加强现代服务业高素质专业人才的教育和培训,人才是我国现代服务业发展制胜的关键所在。

本书正是本着加快提升我国现代服务业的发展水平,着力提高我国现代服务业的从业人员素质,以便更好地服务于 IT、金融、物流、旅游、会展、咨询等现代服务业,促进我国现代服务业的持续快速发展而撰写的。本书不仅重点解读了现代服务业管理的理论与方法,更结合 IT、金融、物流、旅游、会展、咨询等现代服务业相关行业的特点及实践,内容涉及现代服务业管理的各个方面。全书总共分三篇,概念篇、管理篇和行业篇,其中概念篇共两章,主要围绕着现代服务业的起源、概念及分类进行阐述;管理篇共九章,主要结合现代管理理论,围绕现代服务业各项职能部门,比如人力资源、客户关系、流程控制、质量管理等方面提出综合性的管理思路;行业篇共六章,选取了现代服务业中比较有代表性的行业,如物流、金融、会展、咨询等进行具有针对性的论述。本书在内容体系上尽可能地涵盖现代服务业管理活动的各个方面内容,同时又结合当前金融、物流等现代服务业中各相关行业自身发展的特点,进行一定的梳理和创新。此外,本书还非常注重案例的分析,在每章的结尾均附有经典案例的评述,这有利于读者在学习现代服务业理论的同时,了解现实操作。在每章的开头,本书还向读者介绍了该章的基本内容以及核心概念,以帮助读者了解和掌握该章的学习内容。



本书的写作过程中参考和借鉴了大量的国内外相关资料，并吸收了国内外学者的相关研究成果，在此表示感谢！本书由国内外著名的现代服务业管理专家、教育部工商管理教指委委员、国际服务业管理协会候任主席、湖北大学现代服务业管理研究中心主任马勇教授、博士生导师和湖北大学中国现代服务业管理研究中心陈小连、马世骏共同撰写完成，全书由马勇教授统稿。我们期待这本著作能够得到国内外广大读者的选读和热爱，能够在现代服务业教育方面，特别是现代服务业管理高级人才的培养上发挥积极的作用，为中国的现代服务业发展作出卓越的贡献。

编著者

2010年7月

目 录

概 念 篇

第 1 章 服务与服务业的概念体系.....	3
1.1 服务业的概念及分类	3
1.1.1 服务的概念及特征	3
1.1.2 服务业的概念及分类方法	7
1.2 现代服务业的相关概念	12
1.2.1 生产性服务业的概念及特征 ...	12
1.2.2 知识密集型服务业的概念与特征	14
1.2.3 现代服务业的概念界定	16
1.3 现代服务业研究的集中领域	17
1.3.1 基础理论研究	18
1.3.2 拓展研究	19
1.3.3 发展对策研究	19
本章小结	25
思考题	25
第 2 章 现代服务业的源起、发展及趋势	26
2.1 现代服务业的源起及发展特点	26
2.1.1 现代服务业产生的背景及提出	26
2.1.2 现代服务业产生的原因	27
2.1.3 中国现代服务业发展概况	28
2.1.4 中国现代服务业的国际比较	29
2.1.5 中国现代服务业在发展过程中呈现的特点	30
2.2 现代服务业的主要特征与创建模式	31
2.2.1 现代服务业的主要特征	32
2.2.2 现代服务业的主要功能	34
2.2.3 现代服务业的创建模式	34

2.3 现代服务业的分类与发展趋势	36
2.3.1 现代服务业的分类	36
2.3.2 发展现代服务业的意义	39
2.3.3 现代服务业的发展趋势	40
本章小结	42
思考题	42

管 理 篇

第 3 章 现代服务业管理的基础理论	45
3.1 人本管理原理及其应用	45
3.1.1 人本管理的概念及其思想演变	45
3.1.2 人本管理的基本原理	46
3.1.3 现代服务业的人本化管理	48
3.2 系统管理原理及其应用	52
3.2.1 系统管理的基本概念	52
3.2.2 系统管理的理论原理	53
3.2.3 系统管理原理在现代服务业管理中的应用——现代服务管理系统	55
3.3 现代服务业管理新的理论趋势	59
3.3.1 现代企业理论	59
3.3.2 柔性管理	60
3.3.3 风险管理	61
3.3.4 核心能力	61
3.3.5 管理信息化	61
3.3.6 项目管理	62
3.3.7 业务流程再造	62
3.3.8 学习型组织	63
本章小结	67
思考题	67



第4章 现代服务业战略管理.....68

- 4.1 现代服务业战略管理概述68
 - 4.1.1 现代服务业战略管理的概念和意义68
 - 4.1.2 现代服务业战略管理的特征71
- 4.2 现代服务业战略管理的过程和内容体系72
 - 4.2.1 战略制定73
 - 4.2.2 战略实施75
 - 4.2.3 战略评估76
- 4.3 现代服务业竞争环境分析76
 - 4.3.1 现代服务企业外部环境分析76
 - 4.3.2 现代服务企业内部条件分析79
- 4.4 现代服务业的主要竞争战略81
 - 4.4.1 集中经营战略81
 - 4.4.2 总成本领先战略82
 - 4.4.3 服务产品差别化战略83
- 本章小结85
- 思考题85

第5章 现代服务业人力资源管理.....86

- 5.1 现代服务业人力资源管理的特点与目标86
 - 5.1.1 现代服务业人力资源管理的概念与特点86
 - 5.1.2 现代服务业人力资源管理的重要性88
 - 5.1.3 现代服务业人力资源管理的目标90
- 5.2 现代服务业人力资源管理的基本内容91
 - 5.2.1 现代服务业人力资源规划91
 - 5.2.2 工作分析与职位设计96
 - 5.2.3 现代服务业人员招聘100
 - 5.2.4 培训与发展102
 - 5.2.5 绩效考评106
 - 5.2.6 薪酬管理109
 - 5.2.7 沟通与激励111
 - 5.2.8 劳动关系114

- 5.3 现代服务业人力资源开发现状与趋势 115
 - 5.3.1 中国现代服务业人力资源现状分析 115
 - 5.3.2 现代服务业人力资源开发的趋势 116
- 5.4 现代服务业人力资源职业生涯设计 118
 - 5.4.1 职业生涯的基本概念 118
 - 5.4.2 职业生涯设计的步骤 119
 - 5.4.3 职业生涯的阶段管理 121
- 本章小结 122
- 思考题 122

第6章 现代服务业客户关系管理..... 123

- 6.1 客户关系管理概述 123
 - 6.1.1 CRM的定义与内涵 123
 - 6.1.2 CRM的基本功能与作用 125
- 6.2 现代服务业客户关系管理的背景与意义 127
 - 6.2.1 现代服务业CRM的导入背景 127
 - 6.2.2 现代服务业CRM的实施意义 128
- 6.3 现代服务业客户关系管理实施流程与策略 130
 - 6.3.1 现代服务企业CRM的实施流程 130
 - 6.3.2 现代服务企业CRM的基本策略 132
- 6.4 现代服务业客户关系管理实施保障体系 135
 - 6.4.1 信息技术保障 135
 - 6.4.2 人员团队保障 137
 - 6.4.3 管理组织保障 137
 - 6.4.4 合理规划保障 138
 - 6.4.5 企业文化保障 138
 - 6.4.6 专业化管理保障 139
- 本章小结 141
- 思考题 141



第7章 现代服务业质量管理.....142	本章小结..... 177
7.1 现代服务业质量管理概述.....142	思考题..... 177
7.1.1 现代服务企业质量管理的 概念与特性.....142	第9章 现代服务业管理创新..... 178
7.1.2 现代服务企业质量管理的 目标.....144	9.1 现代服务业管理创新概述..... 178
7.1.3 现代服务企业质量管理的 意义.....145	9.1.1 现代服务业管理创新的 内涵..... 178
7.2 现代服务业质量管理体系.....147	9.1.2 现代服务业管理创新原则 179
7.2.1 现代服务业质量管理 体系的内涵.....147	9.1.3 现代服务业管理创新的 范畴..... 180
7.2.2 现代服务业质量管理指标 体系的构成.....148	9.1.4 现代服务业管理创新的 特征..... 182
7.2.3 现代服务业质量管理 体系的构成.....151	9.1.5 现代服务业管理创新的 必要性..... 183
7.3 现代服务业质量管理方法.....155	9.2 现代服务业企业组织创新..... 184
7.3.1 宏观管理方法.....155	9.2.1 现代服务业企业组织概述 184
7.3.2 微观管理方法.....157	9.2.2 现代服务企业组织结构 设计..... 186
本章小结.....162	9.2.3 现代服务业企业典型的 组织类型..... 187
思考题.....162	9.2.4 现代服务业企业组织 创新模式..... 190
第8章 现代服务业流程管理与再造.....163	9.3 现代服务企业服务创新..... 193
8.1 业务流程再造理论概述.....163	9.3.1 现代服务企业服务创新 概述..... 193
8.1.1 业务流程再造的提出背景 163	9.3.2 现代服务业创新的基本 类型..... 193
8.1.2 业务流程再造的概念及 内涵.....164	9.3.3 影响现代服务企业服务 创新的因素..... 195
8.1.3 业务流程再造的一般步骤.....169	9.3.4 现代服务业服务创新中 存在的问题及解决思路..... 196
8.2 服务流程再造的基本理念.....170	本章小结..... 198
8.2.1 服务流程再造的概念及 内涵.....170	思考题..... 198
8.2.2 现代服务业服务流程再造中 存在的误区.....172	第10章 现代服务业国际化模式选择.... 199
8.3 现代服务业服务流程再造的 基本步骤.....173	10.1 服务业国际化发展概述..... 199
8.3.1 现代服务企业实施流程 再造的基本步骤.....173	10.1.1 服务业国际化的背景..... 199
8.3.2 现代服务业服务流程再造的 原则.....174	10.1.2 服务业国际化的主要原因 .. 200
8.3.3 现代服务企业实施流程 再造需要注意的问题.....175	10.1.3 服务业国际化的特点..... 202
	10.1.4 国际服务业发展的新趋势 .. 203



10.2 现代服务业国际化模式选择的	
理论基础	204
10.2.1 交易成本理论	204
10.2.2 行为科学理论	206
10.2.3 资源基础理论	207
10.2.4 动力能力理论	209
10.3 现代服务业的国际化模式选择	211
10.3.1 中国现代服务业国际化	
面临的挑战	211
10.3.2 中国现代服务业国际化	
存在的主要问题	212
10.3.3 国外现代服务业国际化	
模式借鉴	213
10.3.4 中国现代服务业国际化	
模式选择	214
本章小结	220
思考题	220

第 11 章 现代服务业信息管理

11.1 现代服务业信息管理概述	221
11.1.1 信息的概念及属性	221
11.1.2 现代服务业信息管理的	
概念、意义和内容	222
11.2 现代服务业管理信息系统	225
11.2.1 系统与信息系统的概念及	
特征	225
11.2.2 现代服务业管理信息系统的	
分析	228
11.3 现代服务业信息系统的安全管理	230
11.3.1 现代服务业信息系统安全的	
概念	230
11.3.2 影响现代服务业信息系统	
安全的因素分析	230
11.3.3 现代服务业信息系统运行与	
维护的安全管理	231
11.3.4 现代服务业信息系统安全	
维护的对策与措施	232
本章小结	234
思考题	234

行 业 篇

第 12 章 现代物流业发展与管理

12.1 现代物流业发展概述	237
12.1.1 物流的历史及定义	237
12.1.2 物流管理的概念与程序	242
12.1.3 现代物流的概念及分类	244
12.1.4 现代物流的七大特征	245
12.2 国内外物流业发展现状与趋势	250
12.2.1 国外物流业发展概况	250
12.2.2 中国物流业发展简史	254
12.2.3 中国物流业发展现状	255
12.2.4 中国物流业发展中存在的	
问题	257
12.2.5 现代物流业的发展趋势	258
12.3 现代物流赢利模式与价值	
提升策略	260
12.3.1 赢利模式解读	260
12.3.2 现代物流赢利模式类型	261
12.3.3 现代物流价值要素构成	262
12.3.4 现代物流价值提升策略	263
本章小结	266
思考题	266

第 13 章 现代金融服务业

发展与管理

13.1 现代金融服务管理的概况	267
13.1.1 现代金融服务管理的定义 ..	267
13.1.2 现代金融服务管理的发展 ..	269
13.1.3 现代金融服务管理的内容 ..	270
13.1.4 现代金融服务管理的特征 ..	274
13.2 现代国内外金融服务业发展	
现状与趋势	275
13.2.1 国外金融服务业发展概况 ..	275
13.2.2 我国金融服务业发展	282
13.2.3 各国金融服务业的发展对	
我国的启示	285

13.3 现代服务发展趋势和管理功能及 价值创新	286
13.3.1 金融服务业发展趋势	286
13.3.2 金融服务业管理功能	288
13.3.3 金融服务业价值创新	289
本章小结	292
思考题	292
第 14 章 现代文化创意产业发展与 管理	293
14.1 文化创意产业的概念、产生与发展 ...	293
14.1.1 文化创意产业的基本概念	293
14.1.2 文化创意产业的产生和 发展	295
14.1.3 文化创意产业的分类及 特征	297
14.1.4 文化创意产业的战略意义	301
14.2 文化创意产业的国际借鉴	302
14.2.1 欧美国家文化创意产业	302
14.2.2 亚洲国家文化创意产业	308
14.2.3 国外文化创意产业对中国的 启示	314
14.3 中国文化创意产业的发展	316
14.3.1 中国文化创意产业的 发展现状	316
14.3.2 中国文化创意产业的 存在问题	318
14.3.3 中国文化创意产业的 发展对策	321
14.4 文化创意产业的商业模式与 价值提升策略	323
14.4.1 文化创意产业模式创新	323
14.4.2 文化创意产业价值要素 构成	325
14.4.3 文化创意产业价值 提升策略	325
本章小结	327
思考题	328
第 15 章 现代会展服务业发展研究	329
15.1 会展业发展沿革	329
15.1.1 古代集市	330
15.1.2 近代展览活动	331
15.1.3 现代会展业	332
15.2 国外会展业发展现状及运作模式 ...	332
15.2.1 欧洲会展业	333
15.2.2 北美会展业	339
15.2.3 亚太地区会展业	342
15.2.4 其他地区会展业概况	346
15.3 中国会展业现状分析与趋势展望 ...	346
15.3.1 北京会展业：一马当先	346
15.3.2 上海会展业：迅速崛起	349
15.3.3 广州会展业：百展争雄	352
15.3.4 香港会展业	354
15.3.5 中国会展业发展的趋势	358
本章小结	362
思考题	362
第 16 章 现代信息服务业的发展与 管理	363
16.1 现代信息服务业的发展概述	363
16.1.1 信息服务的发展及定义	363
16.1.2 现代信息服务业的内涵	366
16.2 现代信息服务业的典型发展模式 ...	368
16.2.1 现代信息服务业的产业 集群发展模式	368
16.2.2 现代信息服务业的 IT 软件 服务外包模式	370
16.2.3 现代信息服务业的集团化 发展模式	371
16.3 现代信息服务业的发展趋势分析 ...	373
16.3.1 各国信息服务的特点	373
16.3.2 现代信息服务业 发展展望	376
本章小结	379
思考题	379



第 17 章 现代咨询服务业

发展与管理.....380

17.1 咨询服务业.....380

17.1.1 咨询业的起源与发展.....380

17.1.2 咨询服务业的内涵及特征...382

17.1.3 现代咨询服务业的分类.....384

17.2 国外咨询服务业发展现状与启示....387

17.2.1 国外咨询服务业发展态势与 特征.....387

17.2.2 国外咨询服务业知名 企业例举.....389

17.2.3 国外著名咨询公司成功

秘诀..... 393

17.3 我国咨询服务业的发展历程..... 394

17.3.1 我国咨询服务业发展历程 .. 394

17.3.2 我国咨询服务业发展现状与 问题..... 395

17.3.3 现代咨询服务业的发展 趋势..... 398

本章小结..... 403

思考题..... 403

后记..... 405





Contents

Definition Part

- Chapter I The Conceptual System of Service and Service Industry
Chapter II The Origins, Development and Tendency of Modern Service Industry

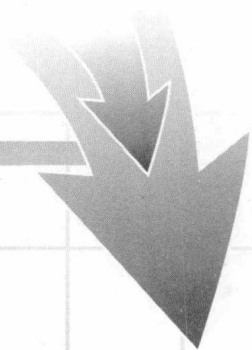
Management Part

- Chapter III The Fundamentals of Modern Service Management
Chapter IV The Strategic Management of Modern Service Industry
Chapter V The Human Resource Management of Modern Service Industry
Chapter VI The Customer Relationship Management of Modern Service Industry
Chapter VII The Quality Control and Management of Modern Service Industry
Chapter VIII The Process Management and Reengineering of Modern Service Industry
Chapter IX The Management Innovation of Modern Service Industry
Chapter X The Mode Choice of Modern Service Industry Internationalization
Chapter XI The Information Management of Modern Service Industry

Industry Part

- Chapter XII Development and Management of Modern Logistics Industry
Chapter XIII Development and Management of Modern Financial Services Industry
Chapter XIV Development and Management of Modern Cultural and Creative Industry
Chapter XV Development and Management of Modern MICE Industry
Chapter XVI Development and Management of Modern Information Services Industry
Chapter XVII Development and Management of Modern Consulting Services Industry

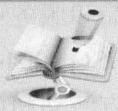
概念篇



改革开放以来的三十年是中国服务业发展不平凡的三十年。中国服务业基本理论研究经历了从无到有、从薄弱到繁荣的发展过程。本篇为概念篇，该篇旨在总结并完善服务业与现代服务业的概念体系及分类方法，在此基础上进一步阐述了现代服务业的产生背景与原因、发展现状与特点，以及当前现代服务业研究领域备受学者们关注的话题，通过总结比较国内现代服务业发展的不同特征，对未来现代服务业的发展趋势进行了展望。

第1章 服务与服务业的概念体系

导 读:



服务经济的异军突起是20世纪中后期世界经济发展的一个十分显著的特征。早在1989年,著名经济学家西蒙·库兹涅兹就揭示了国民生产总值中最大的比例从第一产业转向第二产业,进而向第三产业转化的重要经济规律。在发达国家,服务业产值已经占到国内生产总值的55%左右,个别发达国家甚至达到75%以上。相对于发达国家而言,服务业在发展中国家的国内生产总值中所占比重并不高,以中国为例,2009年,中国服务业占国内生产总值的比重为42.6%,低于全球平均水平,但是发展中国家对于服务业的重视程度正在逐步提高,服务业体制改革也在不断深化;开放力度也在不断加强。尽管服务业的地位如此重要,但如何给服务与服务业确定一个准确的概念却不是件容易的事。

关键词:



第一产业 第二产业 第三产业 服务业 经济增长 体制改革

1.1 服务业的概念及分类

在了解服务业的概念及起源之前,有必要对“服务”的概念和基本特征进行一个全面的回顾,这将有助于人们能够更深刻地理解服务业的概念和起源。服务业之所以能够发展成为一个独立的行业,主要还是归功于各种服务活动的空前繁荣。

1.1.1 服务的概念及特征

关于服务的概念,国外有很多学者试图通过找出服务和商品的区别来对服务进行定义,也有一些学者通过否定的形式(即“服务不是什么”)来对服务进行定义,比较有代表性的人物有奎恩(Quinn)和伽格诺(Gagnon),他们认为“服务是指原始产出既不是产品也不是结构物的一种经济活动。”^[1]这一概念正是通过说明服务不是什么来定义的。为了使服务的概

[1] Quinn,J.B.and Vagnon,C.E.(1986)‘Will service follow manufacturing into decline?’, Havard Business Review, Nov-Dec: 95-103.