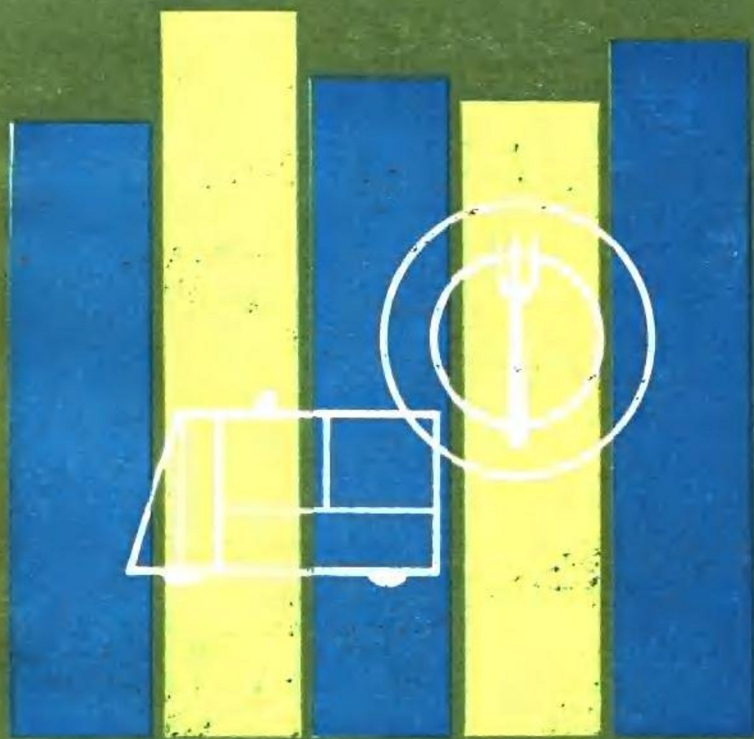


服务经济学

陶永宽 葛伟民 陈家海 章秀文 著



上海社会科学院出版社

服 务 经 济 学

陶永宽 葛伟民 陈家海 章秀文 著

JN12-8/50

上海社会科学院出版社

责任编辑 曹均伟
封面设计 邹越非

服务经济学

陶永宽 葛伟民 陈家海 章秀文 著

上海社会科学院出版社出版

(上海淮海中路 622 弄 7 号)

新华书店上海发行所发行 上海市中华印刷厂印刷

开本 787×1092 1/32 印张 7.25 字数 153000

1988 年 2 月第 1 版 1988 年 2 月第 1 次印刷

印数 1—3,000

书号 4299·057 定价 1.50 元

前 言

服务经济学，是一门新兴学科。在我国尚属空白。为了揭示社会主义服务关系及其运动发展的规律性，推动我国社会主义服务业的迅速发展，我们研究了服务经济的基本理论问题，其中包括对服务、服务业和第三产业等概念的阐明，对服务价值、服务结构、服务质量、服务产品价格、服务劳动报酬和服务效果等理论的论述，以及对服务模式和服务现代化等问题的探讨。我们撰写这本专著，是为建立社会主义服务经济学作出的一种尝试。

我们这本书，以马克思主义理论为指导，结合我国的国情，也吸收了一些西方经济学家的有关学说，是一本具有中国特色的社会主义服务经济学著作。本书不仅对理论工作者和高等院校服务经济专业的教学工作者有参考价值，而且对于经济工作者和从事服务业的工作者同样有参考价值。

本书由陶永宽组织撰写，具体分工是：陶永宽写第一、四章，葛伟民写第二、七章，陈家海写第三、八章，章秀文写第五、六章。通过集体讨论、修改，最后由陶永宽统稿。鉴于我们对服务经济学研究的时间很短，许多问题还有待于进一步探索，书中难免有不当之处，恳请读者批评指正。

一九八七年一月

目 录

第一章 服务经济学的基本概念、研究对象及其方法·····	1
第一节 服务经济学的基本概念·····	1
第二节 服务经济学研究的对象·····	15
第三节 服务经济学的研究方法·····	24
第二章 服务价值·····	29
第一节 服务劳动是创造价值的劳动·····	29
第二节 服务产品价值与社会必要劳动的关系·····	41
第三节 服务产品价值的实现条件·····	46
第三章 服务结构·····	53
第一节 服务结构的含义、分类和分析指标·····	53
第二节 服务需求和服务供给·····	56
第三节 服务结构的演变·····	62
第四节 我国的服务结构·····	80
第四章 服务质量·····	86
第一节 提高服务质量的重要性·····	86
第二节 影响服务质量的因素·····	89
第三节 提高服务质量的途径·····	94
第五章 服务产品价格·····	112
第一节 服务产品价格的特点、作用、种类 和构成·····	112

第二节	几种主要服务产品的价格·····	124
第三节	服务产品价格的几个问题·····	141
第六章	服务劳动报酬·····	149
第一节	服务劳动的特点·····	149
第二节	按劳分配与服务劳动报酬·····	152
第三节	服务劳动报酬形式·····	158
第四节	服务劳动工资改革·····	168
第七章	服务效果·····	176
第一节	服务效果的概念和评价原则·····	176
第二节	服务效果的评价方法·····	181
第三节	服务效果评价方法的应用和评价指标·····	185
第四节	提高服务效果的途径·····	198
第八章	服务模式和服务现代化·····	203
第一节	经济模式和服务模式的含义·····	203
第二节	影响服务模式的主要因素·····	207
第三节	我国的服务模式·····	209
第四节	服务现代化·····	215

第一章 服务经济学的基本概念、研究对象及其方法

第一节 服务经济学的基本概念

党的十一届三中全会以来,我国服务业有了很大发展。不仅传统的服务行业如商业、金融、交通运输、邮电通信、饮食、旅馆、理发、沐浴、照相和洗染等有了很大的发展;而且新兴的服务行业如咨询、信息、旅游等,以及为提高科学文化水平和劳动力素质服务的部门如科学、教育、文化、卫生和体育等等也有了很大发展。各种服务行业的发展,使服务业在全国劳动力总数和国民生产总值中所占的比重不断提高,服务业在我国国民经济中的地位和作用已日益显得重要,服务经济领域中的许多理论问题和实际问题也已提上议事日程。这迫切需要我们加强对服务经济理论的研究,尽快建立社会主义服务经济学这门学科。

加强服务经济学的研究,探讨社会主义社会的服关系及其发展变化的规律,对于进一步调整国民经济,改革经济体制,建立合理的产业结构,制定经济和社会发展的战略目标,有重要的意义。

一、服务与服务业

服务在人类社会经济的发展中早已存在了,马克思对于

服务也有许多精辟的论述。

1. 服务作为社会用语, 可理解是为集体或为别人工作, 如为人民服务, 为您服务等。这种服务通常总是意味着待人热情、亲切、体贴、周到, 同时还意味着不计报酬大小或免费、无偿地为人们提供劳务, 创造便利条件等。对服务作这样的理解, 特别是将服务的提供理解是免费的、尽义务的, 不仅在我国而且在其他很多国家, 不仅在现在而且在将来, 都是如此。在我国, 党和人民在社会主义革命和社会主义建设中所形成的全心全意为人民服务, 是社会主义精神文明建设的重要内容。在社会主义社会, 全心全意为人民服务应当成为社会主义企业的价值观念和宗旨, 成为人们对社会经济生活的评价标准。这与允许社会现实生活中的等价交换、平等竞争、合理差别等商品经济的内容和现象并不存在对抗性的矛盾。

2. 服务作为经济范畴, 在理解上可分为三个层次:

(1) 服务是非实物形态的使用价值。马克思指出: “一般说来, 服务也不外是这样一个用语, 用以表示劳动所提供的特别使用价值, 和每个其他商品都提供自己的特别使用价值一样; 但它成了劳动的特别使用价值的特有名称, 因为它不是在一个物品的形式上, 而是在一个活动的形式上提供服务。”^① 这表明, 服务是一个经济范畴; 一般地说, 服务是以活动的形式提供具有特殊使用价值的劳动, 而这些劳动不能作为独立于劳动者之外的产品; 服务只是劳动的特殊使用价值的表现, 因为服务不是作为物而有用, 而是作为活动而有用。从这里也可概括出服务的两大特点: 第一, 服务是非实物性的, 其生产过程和消费过程在时空上具有同时性和并存性; 第二, 服务

^① 马克思:《剩余价值学说史》第1卷, 人民出版社1975年版, 第456页,

是不能贮存的，其使用价值不能脱离生产者和消费者而固定在一个耐久的物品上。服务的这两大特点得到当今中外学者较为一致的赞同，很多人还以此来给服务下了定义。然而在上引马克思话的开头，马克思特别加上了“一般来说”这四个字。因此，不能认为马克思是在对服务下定义。实际上，马克思曾经不止一次地提到这种服务是“单纯的服务”。①

(2) 服务也可能体现在实物中。马克思指出：“有些服务；或者说有些活动或劳动的使用价值或结果，会体现在商品中；另一方面，别一些服务，却不会留下任何可以捉摸的、可以和人分别开来的结果；或者说，其结果不是任何可卖的商品。”②关于会体现在物品中的服务，如裁缝、厨师、家具修理工等提供的服务，这种服务往往又与生产纠缠在一起，很难分清什么是服务，什么是一般意义上的生产。关于其结果是非实物产品的服务，马克思写道：“例如一个歌唱家提供给我的服务，满足了我的审美的需要，但我所享受的东西，只存在于一个和歌唱家自己分离不开的活动中。他的劳动，唱，一经完毕，我的享受也就完毕；我享受的是这种活动本身——是这种活动在我耳朵上面的反应。”③这个“单纯的服务”的例子在当时是较典型的。但是，随着社会生产力的发展，现在不仅有了录音机，还有了录象机、电视机和电子计算机以及由电子计算机程序控制的机器人，因此，不仅歌唱家的服务可以不只存在于一个和歌唱家自己分离不开的活动中，而且医生、律师、教师、服装设计师等等的服务，也可以完全与他们的活动相分离；也就

① 马克思：《剩余价值学说史》第1卷，人民出版社1975年版，第156、159页。

② 同上，第457页。

③ 同上，第457—458页。

是说,他们的劳动可以储存起来,直到消费者需要的时候再向消费者提供它们的特殊使用价值。这种服务就不是“单纯的服务”,而发展成为“不单纯服务”了。服务由“单纯的服务”向“不单纯的服务”发展,这是一种历史的发展趋势。那么,是否服务概念与生产概念是同一的呢?或者说,是否这两个概念是交叉关系呢?也并不是。但至少有一点是可以肯定的,现在大家觉得很难认识服务这一概念,就是因为服务有两种,“单纯的”和“不单纯的”。

(3) 服务要从生产关系或服务关系上理解。马克思在论述资本主义条件下生产劳动与非生产劳动的区别时,在分析“非生产劳动作为提供服务的劳动”和“资本主义条件下服务的购买”的同时,批判了“把资本和劳动的关系当作服务的交换来理解的庸俗观点”。马克思指出:“凡是货币直接同不生产资本的劳动即非生产劳动相交换的地方,这种劳动都是作为服务被购买的。”^①这段话的意思是:凡是货币同生产资本的劳动相交换的地方,这种劳动就不是作为服务被购买的。马克思用裁缝的例子说明了这一问题:消费者购买裁缝劳动,是为了裁缝劳动提供的服务,可以满足他穿衣服的需要;而缝纫业资本家购买它,却是把裁缝劳动提供的服务当作一个手段,以便由一个台斐尔生出两个台斐尔^②。在这里,虽然从裁缝方面来说,他的劳动形式和劳动产品没有改变。但是,作为消费者购买服务,就是将服务当作特殊的使用价值来消费,货币并没有转化为资本,货币的持有者也并不变成资本家。服

① 《马克思恩格斯全集》第26卷I,第485页。

② 参见马克思:《剩余价值学说史》第1卷,人民出版社1975年版,第455—456页。

务与资本相交换,只是一种假象。资本购买的决不是劳动,而是以后会向消费者提供服务的劳动力。从这一点来说,如果认为服务可以与资本相交换,那就是否认了资本主义的剥削关系。所以,在资本主义条件下,一方面,生产劳动同劳动的特殊有用性或劳动所借以表现的特殊使用价值绝对没有关系;另一方面,服务不是生产劳动,服务的承担者也不是生产劳动者。从资本主义生产关系的角度来理解服务就是:同一种劳动,在与个人收入相交换时,在作为提供特殊使用价值的劳动被购买时,是被当作服务的;在与资本相交换时,在作为一个可以用少量劳动交换多量劳动的手段被购买时,是不能被当作服务的。因此,服务这一概念不能仅仅根据一种劳动的形式或结果来理解,还要从人们之间的生产关系或服务关系方面去理解。

服务业,一般说来,是指具有一定设备或工具提供服务产品为社会生活和生产服务的行业和部门。但是,要真正理解什么是服务业,还得从服务说起。服务作为动词来理解,就是一种活动或劳动过程,这种劳动过程也是人的脑力或体力的消耗。由于这种活动或劳动的结果一般不会体现或固定在实物中,所以,使得服务这个概念与一般生产的概念就有了区别。服务作为名词既可理解为劳务,又可理解为服务这种劳动过程的结果或使用价值,即服务产品。例如,歌唱家的产品可以是录音带,录音带可以看作是服务产品;裁缝的产品是衣服,衣服就是服务产品。这两种说法都是对的,而两者之间似乎没有什么区别。

如果我们深入进行分析,就会发现歌唱家的服务产品与裁缝的服务产品是有区别的。歌唱家的劳动是服务劳动,他

的产品是服务产品,他的劳动物化在录音带以后,因其具有与歌唱家的劳动本身的使用价值在本质上一致的使用价值,所以录音带也是服务产品。至于裁缝的劳动也是有使用价值的,他的劳动创造了新的使用价值,使布料变成了衣服。裁缝的劳动,被当作服务劳动的使用价值体现在衣服中,因此衣服是服务产品。从表面上看这种推理没有什么不合逻辑的地方。这件事即使站在消费者的立场上看,也会是这样的。因为消费者需要一件合身、美观的衣服,但究竟是买一件衣服,还是买好布请裁缝去做,并对他的服务,即对他的把布做成衣服的劳动支付报酬,对消费者来说,这是一件完全无关紧要的事情。因为不管是采取前一种办法,还是采取后一种办法,其结果总是一样的,消费者得到的总是同一种使用价值。然而事实上,在前一种情况下,卖方让渡出的是衣服的使用价值,而在后一种情况下,卖方让渡出的是他的劳动本身的使用价值。严格地说,只有后一种使用价值,才能获得服务这种名称。总而言之,一个劳动者的劳动如果是因它本身的使用价值而被消费者购买的,或无偿提供的,那末,这种劳动的使用价值就被称为服务,作为创造这种使用价值的劳动过程就被认为是服务过程,即使服务产品具有实物形式也与问题的实质无关;一个劳动者的劳动如果是在“实物化”的形式上被购买的,并且该实物的使用价值不同于该劳动者的劳动本身的使用价值,那末,该实物就是一般意义上的产品或商品,该劳动者的劳动过程也被认为是一般意义上的生产过程。成衣店是服务业,因为它向消费者提供的是裁缝劳动的有用性;服装厂是工业,因为它向消费者提供的是衣服裤子这种可以穿着的商品。

由上分析我们还可以发现另一个问题，那就是一般意义上的商品，通常总是具有使用价值与其物质外壳不可分离的特点。可是，服务产品的使用价值或者是不具有物质外壳，或者是可以具有物质外壳，但又不受固定的物质外壳的限制。所以，商品在其使用价值可以与其物质外壳相脱离时，便取得服务产品这个名称。

然而，服务与生产之间又是有联系的。从广义上说，服务也是生产，服务过程“生产”的是服务产品。服务产品的概念，是根据它的使用价值的特殊性得出的，服务产品的使用价值与服务劳动的使用价值是一致的。

鉴于上述分析，我们可以对什么是服务业有一个明确的定义，即：专门从事生产服务产品的行业和部门。这是广义服务业，不同于通常所说的狭义的、只是包括饮食、旅馆、理发、沐浴、洗染等服务行业的生活服务业。我们研究的就是广义服务业。

二、服务业与第三产业

服务业是指专门从事生产服务产品的行业和部门。这是我们根据服务劳动在其劳动过程和交换关系上所具有的客观特殊性而揭示的内涵。从服务业的外延来说，就是指所有的服务行业和服务部门。这与我们引用西方国家的经济学家所划分的第三产业的范围是几乎相似的。也就是说，第三产业中的所有行业和部门，几乎全部可以划入服务业概念的范围来加以研究。根据第三产业分类方法，对三次产业大体上可作如下划分：第一产业，农业、林业、畜牧业、渔业等；第二产业，采掘业、制造业、建筑业等；第三产业包括的行业多、范围广，因此它又可分为三个层次：第一层次是为生产和生活服务

的部门,包括商业、金融业、保险业、交通运输业、邮电通信业、房地产业、公用事业、饮食业、生活服务业、旅游业、咨询业、信息业等;第二层次是为提高科学文化水平和劳动力素质服务的部门,包括科学事业、教育事业、文化事业、卫生事业、体育事业等;第三层次是为社会公共需要服务的部门,包括国家机关、政党机关、社会团体,以及军队和警察等。在这个意义上,第三产业可理解为服务业。

但由于我们与西方国家的经济学家研究问题的角度不同,他们不是从服务劳动的特殊性作为出发点,而是从产业本身出发,把第三产业解说为除了第一、第二产业以外的所有行业和部门。我们开始接触第三产业这个概念时,也是这样理解的,并把它理解为比服务业外延更大的一个概念,也曾认为服务业是第三产业的主要部分。但当我们深入研究什么是服务和什么是服务业以后,再来引用第三产业这个概念时,发现第三产业和服务业是从两个角度研究问题,因而两者在内涵上有所迥异,在外延上两者也有不尽吻合之处,例如,对于自来水、电力、煤气业,有人把它划入第二产业,有人则把它划入第三产业。实际上,水、电、煤气业的生产和供应是有区别的。仅仅从水、电、煤气的生产来说,在这一过程中所耗费的劳动只是一般意义上的生产劳动而不是服务劳动,只有在水、电、煤气的供应中所耗费的劳动才是服务劳动。因此,严格说来,第三产业和服务业又是不能绝对等同的。但是,如前所述,服务业和第三产业的范围又几乎相吻合,因此我们出于分析的需要,在研究产业结构时,引用第三产业这个概念,就是作为服务业来理解的。

既然如此,那末,为什么对这本著作不以第三产业经济学

命名而称为服务经济学呢？我们认为，主要原因就在于服务业这个概念比第三产业这个概念更严谨、更科学、更有规定性。服务业不仅在内涵上有规定性，在外延上也有规定性，范围只是服务行业和服务部门；而第三产业在内涵上则没有规定性，到现在还没有找到第三产业内涵上的确切定义，这就留下了很大一个弊端，即各自可凭主观臆断任意把某些行业和部门划入第三产业，从而致使人们对第三产业外延的众说纷纭。鉴于上述的原因，我们就把这本著作定名为服务经济学，试图对服务经济理论作一初步的探讨。

服务与服务业在人类社会经济的发展中早已存在了，马克思对于服务与服务业也有许多精辟的论述。但是，在马克思所处的时代，服务业还没有充分发展，不具备从理论上全面探讨服务经济的历史条件。二十世纪初以来，一些经济发达的国家，大量的劳动力和资本，不再是继续流入农业、工业，而是流入各种服务业，服务经济有了充分发展。于是，西方经济学家从产业角度来研究服务业。新西兰的经济学家阿·费希尔在《安全与进步的冲突》一书中最早提出了第三产业这个概念。接着，英国经济学家考林·克拉克在《经济进展的条件》一书中广泛地使用了这个概念。他们认为，人类生产活动的历史可以分为三个阶段：第一阶段以第一产业（又称第一次产业），迅速的发展为标志；第二阶段以第二产业（又称第二次产业），大规模地扩展为特点；第三阶段则以第三产业（又称第三次产业），大量吸收劳动力和资本为特征。

第三产业这个概念以及三次产业的这种划分方法，现已为世界上极大多数国家所接受和采用。这是因为，历史已经表明：一个国家的第三产业在国民生产总值和就业人数方面

在三次产业中的比重，同其经济发展水平和人均国民收入高低直接有关。

从人类社会发展的历史来看，社会经济的发展总是呈现着这样一种趋势：在生产力发展水平较低的阶段，服务业主要是为消费者服务，部分服务性劳动依附于生产；随着社会生产力和劳动社会化的进一步发展，这种服务性劳动逐渐从生产中分离出来，发展成为许多独立的服务业。到了二十世纪初，特别是第二次世界大战结束以后，一些经济发达国家的各种服务业的日益扩大，在三次产业中第三产业在就业人数和国民生产总值方面的比重迅速提高，正是这种趋势的表现。据国际劳工组织《劳动统计年鉴》记载，美国最早出现第三产业就业人数的比重超过第一、第二产业之和，1950年达到52%。这些国家的经济发展表明：在三次产业中当第三产业在就业人数和国民生产总值方面的比重占50%左右的时候，这个国家的农业、工业就达到了现代化水平。这是衡量一个国家经济现代化的重要标志，也是现代化经济的一个重要特征。因此，西方经济学家对第三产业的研究理论和分析方法，也值得我们借鉴。

三、服务业在我国国民经济中的地位和作用

长期以来，我国服务业被放在无足轻重的地位。它很少被列入国家经济部门的重要议事日程之中，在人、财、物的分配上，服务业都很少得到应有的支持和照顾，这就造成我国服务业的严重落后。据不完全统计，我国第三产业在就业人数方面只占三次产业中的15%左右，在国民生产总值方面只占三次产业中的20%左右。我国服务业严重落后，交通不畅、信息不灵，产前产后的服务以及商业、金融、技术咨询等事业

都很不发达,以致资金使用效益差,生产效率低,并且使群众生活十分不便。这种状况显然是不适应当前和今后经济发展的要求的。当前,我国国民经济已经进入了一个新的发展阶段,根据我国经济发展的要求,必须加快服务业的发展,提高它在整个国民经济中的比重,使我国的产业结构适应社会主义四个现代化建设的需要。

必须加快我国服务业的发展,提高它在整个国民经济中的比重,这既是形成新的经济发展格局的一项战略措施,也是发展商品经济的一项重大改革。党的十二大提出的到本世纪末的宏伟目标是:在不断提高经济效益的前提下,力争使全国工农业的年总产值翻两番,使城乡人民的收入成倍增长,人民的物质文化生活达到小康水平。这个奋斗目标是鼓舞人心的。为了实现这个奋斗目标,需要在经济建设的战略布局和主要方针等方面提出符合实际的要求,采取一系列适应新形势新任务的正确决策。在经济建设的总体布局上要认真解决好问题之一,就是进一步合理调整产业结构。这是一个带有全局性的问题。为了解决好产业结构不合理的问题,其中有一项战略措施是:必须加快服务业的发展,提高它在整个国民经济中的比重。

为了实现本世纪末的宏伟目标,必须加快服务业的发展。这对于推动我国国民经济的发展具有重要意义:

1. 发展服务业,直接关系到满足人民不断提高的物质和精神生活多方面需要。随着城乡居民收入的增加,消费水平的提高,人民消费由温饱型逐步向小康型过渡,消费需求将从量的增加转向质的提高,从单一化转向多样化、个体化,从物质领域延伸到精神领域。人民的消费需求是多层次的,不仅