

乔为国 著

POLICY RESEARCH ON
MODERN SERVICE SECTOR
EMPIRICAL STUDY
AND INTERNATIONAL EXPERIENCE

现代服务业 政策问题研究

实证调研与国际经验



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

乔为国 著

现代服务业 政策问题研究

实证调研与国际经验

POLICY RESEARCH ON
MODERN SERVICE SECTOR
EMPIRICAL STUDY
AND INTERNATIONAL EXPERIENCE



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

图书在版编目(CIP)数据

现代服务业政策问题研究: 实证调研与国际经验/乔为国著.
—北京: 社会科学文献出版社, 2013. 11
ISBN 978 - 7 - 5097 - 5122 - 0

I. ①现… II. ①乔… III. ①服务业 - 政策 - 研究 - 中国
IV. ①F719

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 246000 号



著 者 / 乔为国

出 版 人 / 谢寿光

出 版 者 / 社会科学文献出版社

地 址 / 北京市西城区北三环中路甲 29 号院 3 号楼华龙大厦

邮政编码 / 100029

责任部门 / 经济与管理出版中心

(010) 59367226

电子信箱 / caijingbu@ssap.cn

项目统筹 / 林 尧

经 销 / 社会科学文献出版社市场营销中心 (010) 59367081 59367089

读者服务 / 读者服务中心 (010) 59367028

责任编辑 / 林 尧 高 雁

责任校对 / 李学辉

责任印制 / 岳 阳

印 装 / 三河市尚艺印装有限公司

开 本 / 787mm × 1092mm 1/20

版 次 / 2013 年 11 月第 1 版

印 次 / 2013 年 11 月第 1 次印刷

书 号 / ISBN 978 - 7 - 5097 - 5122 - 0

定 价 / 45.00 元

印 张 / 12

字 数 / 207 千字

本书如有破损、缺页、装订错误, 请与本社读者服务中心联系更换

▲ 版权所有 翻印必究

摘 要

美国等发达经济体已是服务型经济，服务业部门也越来越被国际视为增长和就业的引擎。中国城市化加深，产业转型升级，降低对制造业的过分依赖，要求我国必须向服务型经济转型。

中国已经迈入中等收入国家行列，但服务业在经济中比重，不仅远低于目前高收入国家和世界平均水平的 74% 和 70% 左右，甚至也低于低收入国家约 49% 的水平。高生产率与高附加值的现代服务业是我国未来经济发展的重要支撑，也将是进行全球产业竞争的关键领域。

本书共八章，第二章至第八章为主体部分。第二章和第三章首先对现代服务业概念进行讨论，并综合已有研究提出一个一般性分析框架。第四章至第六章则聚焦电子商务、文化创意、旅游三大现代服务行业，分别考察其历史发展状况和特征，及国际典型国家或地区的发展促进政策，并基于实证调研分析制约产业快速发展的关键问题。第七章则主要考察国际上促进服务业发展的一般性政策实践，并总结概括其关键特征，包括重视创新关键作用、从研发支持向全生命周期延伸、重视创新与商业服务支持网络构建等；也讨论了政策制定、实施与评估机制方面的趋势，如政策证据支持、政策评估与透明、专家委员会方法等。第八章的政策讨论，提出加快我国现代服务业发展的对策，并尝试政策建议的路线图表达。

本书对一些问题也有深入或独到的研究，如从商业模式角度分析常被忽视的我国制造与批发业电子商务发展的滞后原因，探讨新兴产业的启动条件，讨论政策诱导性产能过剩等。

目 录

第一章 导论.....	1
一 研究背景与意义.....	1
二 研究目的与内容.....	4
三 研究方法与过程.....	6
第二章 现代服务业的概念和特征	11
一 现代服务业的概念	11
二 现代服务业的特征	30
第三章 现代服务业的分析框架	35
一 相关研究概述	35
二 一般分析框架与产业异质性	44
第四章 电子商务——细分产业部门之一	50
一 电子商务的发展与特征	50
二 中国电子商务实证调研	58
三 国际电子商务政策	70
四 制造与批发业 B2B 电子商务发展再讨论	88

第五章 创意产业——细分产业部门之二	99
一 创意产业的发展与特征	99
二 中国创意产业实证调研	107
三 国际创意产业政策	119
第六章 旅游业——细分产业部门之三	131
一 旅游业的发展与特征	131
二 中国旅游业实证调研	135
三 国际旅游业政策	144
第七章 国际一般性政策实践态势	155
一 政策概况	155
二 资金支持	158
三 商业与创新服务支持	163
四 推动需求市场	172
五 服务业政策制定与实施机制	177
六 小结	182
第八章 我国政策现状与建议	187
一 我国政策现状	187
二 政策建议	206
主要参考文献	221
后 记	231

第一章 导论

一 研究背景与意义

发达经济体已是服务型经济，服务业部门也越来越被视为增长和就业的引擎。如表 1-1 所示，欧盟 27 国（EU-27）和日本的服务业在 GDP 中的比重、服务业就业人口在总就业人口中的比重约为 70%；而美国服务业比重高达 80%，从业人员比重甚至达到 85%。服务业对经济增长与就业影响的不断增强，标志着服务经济时代的来临。随着服务业规模的增大，其内涵、结构也在发生变化，现代意义上的服务业变得越来越重要。20 世纪 70 年代后，美国等一些发达国家的新兴服务产业出现或扩张加速，90 年代中期全球互联网在商业领域普及应用催生新经济概念，1996 年 OECD 提出知识经济。2007 年，欧盟 27 国知识密集型服务业（Knowledge Intensive Services, KIS）的就业人口在总就业人口中的比重高达 32.96%，提供超过 1.44 亿个就业岗位，远高于制造业部门的 0.4 亿个就业岗位（Eurostat, 2010）。

改革开放 30 多年来，我国经济社会发展取得巨大成就，成为世界第二大经济体，已进入世界中等收入国家行列^①。1987 年 4 月，

① 根据世界银行最新界定，高收入国家指 2012 年人均国民收入（GNI）高于 12616 美元的国家，低收入国家指人均 GNI 低于 1035 美元的国家，中等收入国家指人均 GNI 处于 1036 美元和 12616 美元之间的国家。根据世界银行世界发展指数数据库（World Development Indicators Database），2012 年中国人均 GNI 为 5680 美元。

表 1-1 2010 年世界三大经济体的产业构成*

单位：%

	欧盟 27 国		美国		日本	
	GDP	就业	GDP	就业	GDP	就业
农林渔牧业	6.2	1.7	1.1	0.9	1.2	3.9
工业	16.9	18.7	15.5	9.5	21.8	17.5
#制造业	15.7	—	11.7	8.7	19.4	17.1
建筑业	7.9	6.0	3.4	4.6	5.5	8.3
服务业	69.0	73.5	80.0	85.0	70.8	68.8

* 世界银行《世界发展指数数据库》缺乏建筑业等比重数据，因此，我们根据三大经济体的统计数据库自行计算产业构成，为增强可比性，我们统一采用 2010 年数据；三大经济体的国民经济核算体系有所区别，如美国将水、电、气、热供应等公用事业划入服务业，为统一可比，本表将其计入工业部门；此外，由于统计误差、资本利得等因素，合计数据有的与 100% 略有出入，但这些并不影响我们所讨论问题的结论。

资料来源：根据欧盟 (<http://epp.eurostat.ec.europa.eu>)、美国商务部经济分析局 (<http://www.bea.gov>) 和日本统计局 (<http://www.stat.go.jp>) 在线数据库中的数据计算。

邓小平提出我国现代化建设“三步走”的发展战略，前两步解决温饱和基本实现小康的目标已经提前实现，第三步，是要到 2050 年前后，达到世界中等发达国家水平，基本实现现代化。实现这样一个战略目标，要求我国未来几十年内依然要保持高速发展。但在新的历史阶段，国内外经济形势发生了重大变化，随着资源与环境等约束的加强，传统的依赖投资、低成本制造、出口导向的增长方式遭遇瓶颈制约，需要转变。中国城市化加深，产业转型升级，降低对制造业的过分依赖，要求我国必须向服务经济转型。中国的发达与现代化，要求较高的生产力和收入水平，而服务业，特别是高生产率与高附加值的现代服务业将是其重要支撑。

如表 1-2 所示，2000 年后，虽然中国经济继续保持高速发展，但服务业在经济中的比重提高并不显著。即使到了 2011 年，我国服务业在 GDP 中的比重也仅为 43.4%。而且，我国服务业构成中现代服务业比重低，批发和零售的份额最高，为 19.2%；其次是金融、交通运输和房地产，分别是 14%、13.8% 和 10.6%；

而科技、卫生服务等服务业占 GDP 的比重仅为 1%；文化娱乐业等则不足 1%^①（国家统计局，2008）。

表 1-2 中国产业的构成

单位：%

年 份	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
农林渔牧业	15.1	14.4	13.7	12.8	13.4	12.1	11.1	10.8	10.7	10.3	10.1	10.0
工业	40.4	39.7	39.4	40.5	40.8	41.8	42.2	41.6	41.5	39.7	40.9	39.9
建筑业	5.6	5.4	5.4	5.5	5.4	5.6	5.7	5.8	6.0	6.6	6.6	6.8
服务业	39.0	40.5	41.5	41.2	40.4	40.5	40.9	41.9	41.8	43.4	43.1	43.4

资料来源：《中国统计年鉴》（2012）。

国际经验表明，一般来说，随着经济发展水平的提高，服务业比重不断提高，表 1-3 中不同收入水平的国家 2000 年后服务业占 GDP 比重的变化也可以体现这一点。中国服务业在经济中的比重，不仅远低于目前高收入国家、中等收入国家和世界平均水平的 74%、53% 和 70% 左右，甚至也低于低收入国家约 49% 的水平^②。

表 1-3 不同收入水平国家服务业占 GDP 的比重

单位：%

年 份	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
高收入国家	70.2	71.2	72.0	72.2	71.9	72.1	72.1	72.4	72.9	74.9	74.0	—
中等收入国家	51.2	52.3	52.1	51.2	50.7	51.0	51.0	51.7	51.9	53.5	53.1	53.2
低收入国家	44.9	45.4	46.1	46.4	47.1	47.5	47.7	48.3	48.7	48.7	49.4	49.2
世界平均	66.7	67.7	68.2	68.3	67.9	68.2	68.2	68.5	69.1	70.9	69.9	—

资料来源：世界银行世界发展指数数据库（World Development Indicators Database）。

现代服务业将是我国未来经济发展的重要支撑，也将是进行全球产业竞争的关键领域。当前中国服务业，特别是信息、专业与科

① 由于国家统计局发布的数据所限，无法得知我国更近年服务业部门构成情况，统计数据的缺乏本身在一定程度上也表明产业发展不足。

② 根据 2013 年 9 月访问数据更新。

技服务、健康服务等现代服务产业的发展滞后，也是服务业比重偏低的重要原因。我国现代服务业供给很不充分，成长空间广阔。研究现代服务业发展的政策，加快现代服务业发展，对于支撑我国未来经济长期可持续高增长、提升全球竞争力意义重大。

二 研究目的与内容

自 2002 年 11 月党的十六大报告明确提出要加快发展现代服务业，提高其在国民经济中的比重后，我国许多学者才开始研究讨论现代服务业的内涵、与经济增长的关系、发展战略等广泛主题。已有研究表明制约我国现代服务业加快发展因素的多样性与复杂性，视角及观点为进一步研究提供较好基础^①，但总体来说，深入特定产业、基于企业层面的案例或数据实证研究比较缺乏。迄今，国务院已先后多次专门就加快服务业发展发布政策文件，但一些政策意见难以落实。由于产业、企业的异质性等，不同产业部门、不同类型企业所面临的政策问题集可能完全不一样，未能针对特定细分产业中个性化的企业政策需求，是政策意见难以落实的重要原因。国际已有的政策实践及理论研究视角、观点与方法，如注重创新研究、强调企业调研、聚焦细分产业领域，对国内有借鉴意义，但它们是在自身背景条件下提出与实践的。特别是其政策实践，如政府服务外包、商业方法专利、服务业节能减排政策等，如何借鉴到中国、适合于中国的特定国情还需要进一步研究。

总之，产业由企业构成，加快我国现代服务业发展实质就是要加快现代服务企业的快速成长。由于服务业发展的复杂、动态和非线性，急需借鉴国际经验，深入特定细分产业、面向个性化企业实际政策需求的研究及政策突破。具体来说，促进我国现代服务业发展，重点需要研究解决以下三个方面的问题，这也是本书研究的主

^① 第二章内容对一些代表性的国内外研究有更为具体的介绍。

要目的。第一，识别出制约我国现代服务业不同细分产业领域快速发展的关键问题。第二，系统探讨国际经验，识别出对中国有借鉴意义的政策工具。第三，提出面向不同产业与企业的个性化需求及操作性强的对策。

根据研究目的，本书研究的主要内容如图 1-1 中左侧部分所示。

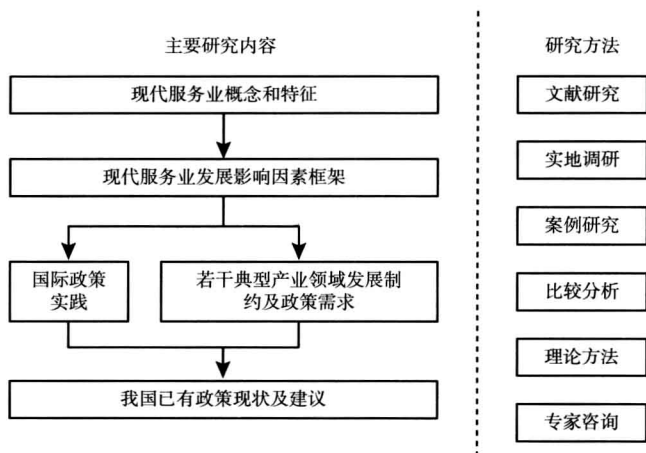


图 1-1 主要研究内容与方法

研究结果安排如下，第二章将首先对现代服务业概念提出的背景、内涵、外延进行系统梳理，分析其基于 ICT、开放创新等的关键特征，与知识经济、新经济之间的关系等。第三章综合已有的国内外研究，以价值链为中心，提出现代服务业发展的影响因素，包括生产要素、企业、产业组织等的一般性分析框架，以便进行分产业调研及比较研究。第二章和第三章的内容，也为后面的研究提供了基础。

现代服务业边界范围宽泛，研究对象需要聚焦于若干更具体的产业部门。《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十二个五年规划的建议》在加快发展服务业部分只具体提出要积极发展旅游业等，将研究内容主要聚焦于电子商务、创意产业、旅游业等几大新兴服务业部门。本书第四章至第六章，分别明确各产业内涵与边界，考察其历史

发展和特征,以及典型国家或地区的发展促进政策。这几章不仅从较宏观的层面考察它们在我国的发展,也将深入若干细分领域,主要是对企业进行实证调研,分析制约产业快速发展的关键问题。

至于各细分产业领域个性化的政策实践,因在前面第四章至第六章对细分产业分析时进行介绍讨论,第七章主要考察国际上促进服务业发展的综合性政策实践,并总结概括其重要的关键特征,特别是那些对我国可能有借鉴意义的。

第八章,首先针对综合及细分服务业部门,探讨我国已有的政策现状,分析其特征,比较不同产业领域发展的制约因素及政策需求异同。其次,针对不同细分产业与企业类型个性化问题和政策需求,借鉴国际经验,提出加快我国现代服务业发展的对策,即政策路线图。

需要说明的是,在章节安排上,国际经验部分内容靠后,并不表明其重要性比实证调研要弱,而是从逻辑上强调首先要立足我国产业现实问题。在本书研究中,我们将国际经验与实证调研同等看待,在研究过程中,也相对独立进行。有些国际经验内容可以用于针对并解决实证调研所发现的问题,而有的并不能解决问题,但也是有价值的,因此,我们在前七章中,对于实证调研与国际经验的研究结果相对独立阐述。最后一章,才开始重点着手考察两者间的关系,即针对制约产业发展的问题,考察如何借鉴国际经验。

三 研究方法与过程

就研究方法而言,对应于主要研究内容,如图1-1中右侧部分所示,主要综合采用了以下六类方法。首先是文献研究,这是自始至终都采用的方法,无论是分析现代服务业的概念特征、影响因素框架,还是分析国际政策实践及已有政策现状。文献研究法除了检索学术期刊文献外,我们更重视各政府部门及有关机构的研究分析报告,如通过欧盟诸多报告可以了解欧洲促进服务业的各种政

策。对于系统了解国内外现代服务业领域的基本情况与发展态势,以及国际上政策的实践状况,文献研究是最基本并且有效的研究方法。

其次是实地调研和案例研究。实证调研包括两个方面的内容,一是基于产业发展基本状况的分析判断,这主要根据官方的统计数据或报告,如利用美国商务部经济分析局的报告和数据,可以获知美国电子商务的发展态势等。二是对产业内典型企业的实地调研。对典型企业的案例分析,可以帮助我们深入了解制约服务业企业及产业发展的问题及政策需求、产业发展态势等。可以说,对典型企业的实地调研和案例研究,是本书的重要特点。电子商务、创意产业、旅游业三大新兴服务业部门,本身边界也很宽,因此,我们又在每个产业部门的三个细分领域选择对象进行更深入的调研,如表1-4所示。

表 1-4 实地调研对象

产业	调研对象	所属领域	主要调研年月、地点
电子商务	钢铁行业第三方电子交易平台	B2B 行业流通	2012. 3, 唐山
	去哪儿网	在线旅游	2011. 10, 北京
	网络零售	在线零售	2012. 10, 北京、上海
创意产业	温州鞋业	工业设计	2012. 4, 温州
	电视业	传统影视	2012. 9, 北京
	视觉数字文化领域	数字文化	2012. 9, 石家庄、北京
旅游业	大丰麋鹿国家级自然保护区	旅游目的地	2011. 12, 盐城
	环球旅游	旅行社	2012. 10, 北京
	旅游饭店	住宿和餐饮	2012. 11, 杭州、北京

细分领域的选择,基于对各产业整体趋势的把握,充分考虑调研对象的代表性。电子商务按产业部门分为服务业、零售业、制造业和批发业,制造和批发主要发生在 B2B 流通环节,电子商务调研对象则分属于它们。如创意产业也包括诸多领域,我们选择了其中一部分进行调研考察,首先是温州鞋企。鞋企虽说通常被认为属

于制造业，但在当前的发展阶段，设计的重要性越来越突出。而且在国际专业化分工的情况下，如阿迪达斯、耐克等，均将制造业环节外包，从相当程度上可以说，它们就是设计公司。而且我们关注的重点也主要是其设计环节，因此，我们将其也视为创意产业。其次是电视业和视觉数字产业，这两者无疑属于创意产业，前者是传统文化创意领域，后者是新兴的创意产业领域。从价值链看，旅游目的地、旅行社及酒店也是旅游业中比较核心的部分。

至于各细分领域中，各具体调研对象的选择，则是偶然性与必然性的结合。有的选择代表产业最新趋势，如出境游代表旅游新趋势，而环球旅游又是其中新的发展。有的如制造和批发业 B2B 电子商务，是选定要研究的，但为什么选择钢铁行业，则是因为调研的可及性，视觉数字文化选择同样如此。从表 1-4 中我们也注意到，调研对象有时表面上看并不在一个层面上，如钢铁行业、电视业是产业层面，而去哪儿网是一个公司。这是由于行业特性所决定的，网络外部性决定电子商务有时有“赢者通吃”的特点；去哪儿网在旅游搜索领域一家独大，在相当程度上，它就可以代表这个行业。同样，鞋业温州有，其他许多地方也有，为什么只选择温州，是因为温州有“鞋都”之称的美誉，它的标杆企业在相当程度上可以代表这个行业。此外，如旅游目的地分散于各地，但其中许多商业模式相似，江苏盐城大丰麋鹿国家级自然保护区的情况可以反映并代表该行业中许多其他同类景区。所以，我们认为这样处理也是合理的。

调研对象可及性是难点所在，也确实是个挑战，所幸的是，工作单位平台支撑及已积累的学术和社会网络联系，为难点克服创造了较好的条件。如笔者所在工作单位进行的若干创新型城市规划研究工作，让我们有机会调研大丰麋鹿国家级自然保护区；业内朋友的推荐，使我们有机会深入调研去哪儿网等。每个行业领域调研的访谈对象数量从 1 家至 4 家不等。调研访谈的对象大多在企业总经理层面，也有少量部门经理，每次访谈时间通常是半天，以进行充

分沟通。调研主要集中在 2012 年春节后到年底，也有个别调研时间比较早，如去哪儿网，我们也在最后期间对其最新发展动态进行跟踪。

本书还采用了其他多种方法，包括比较分析、理论方法及专家咨询。比较分析用于比较既有的对现代服务业发展制约因素的研究，提炼通用分析框架；对现代服务业政策进行国际比较，考察其可借鉴之处；比较我国现代服务业的政策需求与供给差异，用以明确新政策点。理论方法方面，借鉴应用经济学、管理学、系统动力学等理论与方法，如应用价值链理论、企业资源理论等分析服务业发展影响因素；应用机制设计理论分析对策等。此外，及时将研究的阶段性成果，如分析框架、调研安排、问题提炼、政策建议向有关专家、企业界及政府政策制定与主管部门有关人士咨询，集思广益，并加以完善。专家咨询也是进行实地调研时所采用的重要手段，即对企业家等业内专家进行访谈，以了解产业发展问题及政策需求。

就研究过程而言，从 2011 年中立项开始，本书时间跨度大约历时两年。2012 年春节前主要进行案头工作，进一步系统深入进行有关文献梳理，主要研究服务业内涵特征、分析框架及国际经验。之后半年多时间，主要对若干典型产业领域进行实证调研，以深度访谈等方式获得资料，并对采集到的相关信息和数据进行系统分析与梳理，初步完成案例分析研究报告。2012 年末几个月，主要分析我国已有政策现状与建议。2013 年，主要对数据与案例进行跟踪更新，对整个报告内容进行修改、润色和完善，并最终定稿。

最后需要说明的是，不少调研对象提供了有价值的素材，调研结果主要根据访谈内容和所提供的素材资料整理，有时也结合一些文献资料进行补充、调整与完善。案例调研结果梳理过程中，我们也发现企业家们所介绍的情况与文献及官方数据有不一致之处。我们处理的方法是，对产业发展制约问题及政策需求的把握，我们认

为企业家判断与感觉更为准确，企业实地调研及案例研究是主要的方法；对于产业发展宏观规模等，我们主要辅以文献等研究方法，以更全面、系统地把握它所在领域的产业发展态势和基本情况。另外，有些调研对象，由于实践经历并不成功，或者认为涉及的话题比较敏感，并不希望公开自己的名字，我们尊重其意愿进行了相应处理，因此，一些案例无法明确反映调研对象。

第二章 现代服务业的概念和特征

一 现代服务业的概念

（一）现代服务业概念的提出

“现代服务业”是我国特有的概念，最早出现于1997年9月党的十五大报告中。在第四部分关于社会主义初级阶段基本路线和纲领的论述中，提出“社会主义初级阶段……是由农业人口占很大比重、主要依靠手工劳动的农业国，逐步转变为非农业人口占多数、包含现代农业和现代服务业的工业化国家的历史阶段”。2002年11月，党的十六大报告，明确指出要加快发展现代服务业，提高其在国民经济中的比重。

现代服务业概念在我国的提出，有其深刻的时代背景。首先，第二次世界大战以后，特别是20世纪70年代以来，一些新兴服务业部门，如信息通信与健康服务业等在发达国家出现或加速扩张。如表2-1所示，美国“二战”以来产业结构长期变动所表明的重要特征之一，是随着从工业化中期向后工业化阶段发展，私人部门服务业有了更快速的发展。如美国私人部门总产出占GDP的比重保持在87.5%左右，其中，产品生产部门（包括农业、采掘业、建筑业和制造业）比重合计从1947年的39.8%下降为2010年的17.9%，这主要是因为农业和制造业的比重下降，而服务业整体比