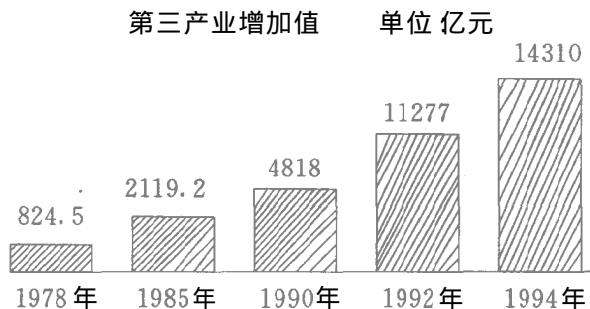


第一章 商业服务产业的广阔前景

当国外学者对中国经济进行前景预测时，都会关注到产业结构的调整变化，第三产业——服务业正在悄悄地以惊人的速度迅速崛起。

世界银行《1990年世界发展报告》中提供的1988年第三产业增加值在国内总产值的比重，发达国家、发展中国家有明显的差异。美国为65%，日本为57%（高收入国家），阿根廷为44%，葡萄牙为54%（中上等收入国家），墨西哥为56%，巴西为49%（中下等收入国家），印度为38%，巴基斯坦为49%，我国为27.2%（1990年统计）。不管收入高低，发展服务业促进经济发展已成为各国政界、经济界人士达成的共识。

虽然我国与国外比较，存在较大的差距，但从自身发展看，服务业发展速度还是较快的。1990年我国服务业增加值为4818亿元，比1952年的194.3亿元增长了23.8倍。按可比价格计算，年均递增6.8%，1979—1990年年均递增10%。国家统计局关于第三产业增加值的统计数字说明了这一速度变化。见下表图示：



1992年6月16日中共中央、国务院做出了“关于加快发展第三产业的决定”从经济发展战略看 发展第三产业——服务业，无疑具有重大的战略意义。

第一节 商业服务业在产业结构中的地位优越

一、第三产业的提出与界定

1935年英国经济学家、新西兰奥塔哥大学教授阿·费希尔最先提出“第三次产业”这一概念已被广泛使用，它的提出具有划时代的意义。

马克思虽然没提出“第三产业”概念，但在《资本论》中已明确指出，就商品使用价值形态划分，可包括“实物形式”和“运动形式”两类，前类是物化形态，后一类只在“它们被购买时才被创造出来”，这为第三产业——服务业的理论提出奠定了基础。

西方经济学界和世界银行等国际组织通常将第三次产业

界定如下：

第一产业——农业，包括种植业、畜牧业、渔业、狩猎业、林业。

第二产业——工业，包括制造业、采掘业、和矿业、建筑业以及煤气、电力、自来水。

第三产业——服务业，包括运输业、通讯业、仓储、批发零售贸易、金融业、房地产业、科学教育、新闻广播、公共行政、国防、以及社会服务娱乐和个人生活服务等。

第三产业的划分有广义、狭义之分。广义的分为四个层次。即

流通部门象交通运输、邮电通讯、商业饮食、物资供销等；

生产生活服务部门象金融、保险、地质普查、房地产、公用事业、居民服务、旅游、信息咨询等。

提高科学文化水平和居民素质服务的部门象文化、新闻广播、电视、科研、卫生、体育等。

国家党政机关、社会团体、警察、军队等。

以上分法见 95 年 8 月 30 日《人民日报》李江帆文有待专家理论界研讨 可以看出国外服务业的范围涵盖很广。

狭义的主要指商业、饮食、旅游、生活服务业 因为和人民群众生活息息相关 联系更密切 在以后章节中将侧重予以介绍。

二、我国商业服务业发展滞后的原因

1、理论和思想认识上的误区

搞经济理论的同志过去一直认为社会主义国家只能搞计划经济 而市场经济从属于资本主义。因此 重生产 轻流通，

重工业 轻商业 认为服务业不能创造财富 不能与第一 第二产业等同认识，服务业长期受到压制。

2、产业结构不合理，造成先天不足

三次产业之间相互促进，相互制约。从农业国向工业化过渡期间，第一产业劳动生产率提高，多余的从业人员会向第二产业流动，第二产业机械化程度提高，余下的从业人员又会流向第三产业，第三产业的增加值和从业人员的比例就会越来越大，以我国为例请看下表：

三次产业产值比重与从业人员比重表

年份	产值比重(%)			从业人员比重(%)		
	一产	二产	三产	一产	二产	三产
1952	50.5	20.9	28.6	83.5	7.4	9.1
1957	40.3	29.7	30	81.2	8.9	9.9
1962	39.4	31.3	29.3	82	7.8	10.1
1965	37.9	35.1	27	81.5	8.3	10.2
1970	35.2	40.5	24.3	80.7	10.1	9.2
1975	32.6	46.1	21.3	77.1	13.3	9.6
1978	28.4	48.6	23.0	70.5	17.4	12.1
1980	30.4	49.0	20.6	68.7	18.3	13.0
1985	29.8	45.3	24.9	62.4	20.9	16.7
1990	28.1	44.3	27.6	60.0	21.4	18.6

从以上表格数字可以看出，1957年以前三次产业发展持平 而十年浩劫期间 比例关系失调 由于第二产业飞速发展 第一、三产业发展滞后 造成农副产品严重短缺 交通运输紧张 人民生活困难 改革开放以来 三次产业的比例在逐步调整 经济开始协调持续发展。

3、管理体制不合理 发展不平衡

第三产业行业多，范围广，缺乏行业规划与科学管理机制。在市场体制没有确立之前，发展盲目，不平衡。城乡、沿海与内陆存在巨大差距。人才、资金、技术分布不均，造成了严重的浪费。

三、向市场经济转轨时期地位优越

1、地位优越的理由

(1) 服务业投资少，见效快，在国民生产总值中的比例逐年加大。例如深圳市仅建歌舞厅已达 4.4 万个席位，投资 3.1 亿元，年营业额 3.5 亿元，交税 1.24 亿元。到 2000 年，我国服务业在国民总产值的比例将由现在的四分之一提高到将来的三分之一。

(2) 可解决日益严峻的就业压力。1985 年以来，第三产业的发展为城镇解决了 700 万就业机会，农村也吸纳了 800 万剩余劳动力，由于三产行业多，不断有新的服务业产生，增加了就业容量，发展三产势在必行。

(3) 可使人民生活由温饱向小康平稳过渡。由温饱向小康迈进，没有服务业的发展，提高社会服务水平和居民生活质量只能是一句空话。老百姓日常议论最多的话题如“乘车难”、“洗澡难”、“理发难”等说明我国社会化服务水平还很低，下优先发展服务业实有必要。

2、优先发展的条件

(1) 解放思想、大胆探索、勇于实验。在现阶段，有些人把经济中出现的问题归纳到服务业甚至提出应限制其发展，这是十分不明智的。服务业中确有一些犯罪现象，如旅馆、酒吧舞厅中，不法分子将这些地方当作吸毒、嫖娼的场所，一些经营者为牟取暴利，为违法者提供色情服务，这是市场体制不完

善，法制不到位的前提下暂时出现的问题，要进行综合治理，1996年夏初的全国范围的严打即是有力的措施。因噎废食，对服务业发展横加指责是应加以纠正的。

(2)坚持谁投资、谁所有 谁受益的原则。城市每接纳一个人就业，需投资二万元。服务业全国每年吸纳 500 万人就业，就可为国家节省千万元资金。因此要动员社会各方力量 兴办服务业 谁投资 谁所有 谁受益。小型商店、饮食、服务门店租赁承包 同时支持社会多余闲散劳动力向三产流动 而不能给予歧视。

(3)实行宏观规划，调整产业发展方向。针对目前存在的地区发展不平衡、布局不合理 结构不健全的问题 有步骤 有成效地实行规划 力争三五年内 状况有所转变。而发展方向是走向产业化、社会化、体系化。这是发达国家业已证明的成功之路。目前世界第三产业收入额已达 2 万亿美元 新兴产业如计算机软件、广告、信息、咨询、家庭智能服务业收入额在今后五年将达五千亿美元，前途确是不可限量。

第二节 服务业是市场竞争的龙头

一、市场体制正在确立

1、理论界的论争与结论

经过 40 年的经济建设和 14 年的改革开放，理论界终于统一了认识 以党的十四大召开为标志 我国开始了建立社会主义市场经济体制的系统工程。

早在 1961 年，经济学家孙冶方提出改革的中心是“把计划建立在价值规律上”他的观点在文革时期被批判认为是“反革命修正主义的理论”。

1980 年 薛暮桥针对“经济过热”通货膨胀问题 指出只搞分配改革，不能治好体制弊病。1980 年 9 月 体改办拟定《经济体制改革的初步意见》文中指出的“计划指导下充分发挥市场调节的作用。”代表了当时多数经济学家的认识。

1984 年，十二届三中全会根据经济学家的意见，提出了“建立社会主义商品经济体制”。

经过两年的探索，1986 年 9 月，十三大提出“国家调控市场 市场引导企业”，标明当时的中央领导采纳了专家们的意见 认识进一步深化。

1989——1991 年 经济界展开了“计划与市场”关系的大论战 波及范围之广 激烈程度之深 媒介传播之快 持续时间之长是解放后没有的，到邓小平 1992 年南巡讲话告一段落，“姓资姓社”的论争才结束。

理论上的论争澄清了人们的认识，以市场为资源配置的基本方式是搞经济建设的唯一选择，别无他途。包括原苏联东欧等社会主义国家的改革和我国 14 年的实践证实了一点，走回到计划经济的老路会被开除出球籍，人民也不会答应。

2、建立要素市场

理论界澄清了大是大非，但要确立社会主义市场经济体制 运作起来十分艰巨。人们一提市场 马上会联想到大商厦，五星级宾馆 豪华影厅和提供各种服务的市场。但是市场体制确立，首先要建立要素市场。至少包括以下几个市场：

土地和自然资源市场

劳务市场 包括‘蓝领’、‘白领’即劳动力和技术人员市场

资本市场；货币证券市场和金融市场

这些要素市场交易方式不同 结算方式也不同 而建立以后正常运作还有待于整个市场体系的发育与完备。

3、服务业的发展规模是判定市场体系走向成熟的标志

服务业是以服务这种特殊商品的提供做为交换的手段的。所谓‘服务’也称作‘劳务’，它把生产过程和消费过程合二为一进行，它的特点是时效性极强 稍纵即逝。服务的形式复杂多样而门类齐全。服务业由于和人民生活联系紧密 服务业的规模可以做为衡量人民生活质量的参照系数 同时 也是判定市场体系发育成熟的重要标志之一。国外发达国家服务业在产业、产值中所占比重可认定是发达国家还是发展中国家，本章开头序言中所列表格即是证明（括号内是定性指标）

二、增加企业竞争的实力

1、观念要转变

一个企业要想在市场竞争中求得生存，发展（最基本要求）需要做许多事情。如经营管理环节包括深入市场调查、制定经营决策 搞好市场营销等等。生产管理环节包括生产过程的组织、生产计划的拟定 物资管理、现场管理等等。环环相扣，为实现盈利而展开的组织活动才能有条不紊地进行。

但是 企业首要解决的根本问题是观念的转变。然后才是各项具体活动的组织。过去认为 企业参与竞争 必须有拳头产品。与同行业同类产品比较 技术含量高而成本低 产品才会有竞争力 才会给企业创利。这虽然不错 在市场体制不完善的情况下往往竞争有效。但仅仅停留在此是远远不够的。从

长远的、发展的眼光审视 必须加上——优质服务！

市场竞争的结果 往往是产品的价格、质量趋同。当一种新产品推向市场 使同类产品处于不利位置时 别的企业一定会淘汰这种产品 根据新产品优势加以仿制或创新 结果是各种品牌占据一定的市场份额，达到暂时平衡。谁能留住客户呢？——要靠优质服务。这里并不是说产品不重要 而是说产品竞争不能离开服务竞争而单独存在。在当代企业家的头脑中要有超前意识，产品上市，服务先行。服务比产品更重要。

无锡的小天鹅集团 研制的产品是国内一流产品 性能指标多次经过检测、抽查 在顾客用户心中享有盛誉。但产品背后有更优质的服务 这不是指售后服务 免费运送到家 代替用户检测 以及跟踪调查 而是产品研制之前 他们调查全国有多少洗衣机厂家 都生产什么型号 厂家分布地点 市场销售行情，还调查各地水文地质情况，各地水质有哪些差异，全国有多少洗衣粉品牌 各适合洗涤什么衣料 各地用户的生活习俗，是经常洗衣物还是一次洗很多……然后针对市场需求推出新研制的适用产品，这种服务先行意识使小天鹅产品具有极强的竞争力。

2、还要形成共识

观念转变 具有强烈的服务意识 不应仅是企业决策者的品质 而应是企业全体员工的共识。有了共同意识 企业内部才会产生强烈的凝聚力、向心力。才会使内部运行机制不断优化。摩托罗拉公司一直坚持花大量资金、人力、物力对员工进行培训 费用一年达 7500 万美无 占工资支出的 3.6%。经过不间断的培训，103000 名雇员 上至总裁，下至清洁工形成坚定共识 要想生存 必须把重点放到使顾客满意上来。这种服

务意识使企业不断走向成功，是最早打入中国市场的美国企业之一。

3、给公众留下鲜活的形象

以优质服务善待顾客，会使企业在公众心中留下深刻的鲜活的印象。国外一些知名企业都善用一句话来概括出企业服务意识 使用户有口皆碑：

△假日酒店 如果有错 错在酒店。

△麦当劳：为不满意的顾客提供退款或替换服务。

△摩托罗拉：有一项让顾客参与管理的政策。

△Frito—Lay：土豆片即使在暴风雪天气也能交货。

△宝洁公司 有一种免费服务 用以处理关于他们的许多产品的顾客提问。

国外研究表明 91%的零售顾客会避开服务质量低劣的公司，80%的用户会另找其它方面差不多但服务更好的商店，20%的人会为优质服务多付小费。

三、抓住时机 用商业服务做市场竞争龙头

市场竞争残酷激烈，企业被收买、兼并的事件层出不穷。仅举日本为例，窥一斑而知全豹。

80年代末，日本以强大的经济实力实现二次世界大战未能实践的梦想——征服世界。日元大幅增值 日本企业大举向海外扩张，一些欧美企业争相找上门去要求日本企业收买。而日本的野心是战胜世界霸主美国。这个一向听话的美国盟友不但敢说‘不’字 而且开始经济收购的高潮。1989年9月 索尼公司用46亿美元收购了哥伦比亚电影公司，不久，三菱地

所用 8.5 亿美元 买下洛克菲勒中心 80% 的股权。1992 年 松下用 61 亿美元买下美国著名的 MCA 娱乐公司 (包括环球制片厂 MCA 唱片公司、环球影城) 三起企业收购是有史以来规模最大的一次, 但只是日本经济扩张的冰山的一角。据统计 仅 1989 年一年日本收购外国企业便有 300 宗。投资达 347 亿美元 而房地产方面 日本在 80 年代上半期购买美国办公大楼、酒店、商场共合 770 亿美元。五年后 日本在海外投资多数不利 三大收购也都断羽而归 其中一个重要原因是忽视了文化风土的差异。

国内市场体制还不健全 但企业兼并也时有发生。东安集团是包括饮食、食品加工、宾馆、修理服务等行业 跨七省市, 有 56 个经营单位的大型商业集团。以优异服务创业, 到 1991 年营业额即达 7 亿元。北京手表二厂地处西北三环 地理位置优越。因长期亏损 负债累累 关停并转势在必行。东安集团抓住时机, 决策果断, 偿还手表二厂债务 100 万美元 补偿 1200 万人民币, 接收 600 名职工上岗培训, 很快建成享誉京城的大型商场。

国内外正反事例说明: 企业参与市场竞争, 必须抓龙头——服务业 有了服务业做龙头 企业如鱼得水 东安集团的成功即在于此。日本进军美国 也是以服务业做龙头 三大企业收购都是服务产业 当时美国人惊呼“日本人买走了美国的灵魂” 日本在逼进美国的“心脏”。虽然日本忽略了文化风土的差异 没赚到钱反而蚀了本。但六年前收购美国最大的文化服务业形成的冲击力, 也说明服务业在市场竞争中的位置。

第三节 跨世纪的前景展望

一、保持清醒的认识

市场转型期 给服务产业的发展提供了历史的机遇。国家振兴 百业待举 服务业在市场体系建立过程中成了优先发展的产业。改革开放 12 年 服务产业异军突起 以 1990 年为例, 第三产业增加值与从业人员比改革开放前的 1978 年分别增长了 4.8 倍和 1.2 倍 比解放初期的 1952 年分别增长了 23.8 倍和 4.6 倍。按可比价格计算 平均年递增 6.8% 改革开放 12 年平均年递增 10%, 超过了国民产值年递增 8.8% 的速度。

但对于前进中困难和存在问题必须有清醒的认识。与国际市场接轨有不少问题亟待解决。认识问题是解决问题的先觉条件, 宁可估计严重些, 也不可盲目乐观。

从总体上看, 有以下几个问题:

1、服务产业在国民经济中的比例亟待提高。我国第三产业目前占国民生产总值的 27% 按世界银行 1984 年报告衡量, 发展中国家人均国民生产总值为 725 美元, 三产比重应达 37%, 我国三产比重还低于低收入国家。

2、产业发展缺乏宏观规划和政策引导。许多服务行业多头管理 婆婆太多 无所适从。文化事业单位有文化部、广电部、出版署三四个部门主管 经营行为缺乏严格规范和政策疏导 发展带有盲目性。

3、产业内部发展不协调。交通运输 邮电通信 商业金融 占总产业总增加值的 65%, 人员占三产全部从业人员的

50% 但公共设施基础不配套 使市场发育不健全、保险 社会保障事业滞后发展。

4、沿海和内陆 城乡发展不平衡。改革开放初期 中央政策向沿海特区倾斜 有人说 掏了内地人的钱养了沿海特区的富人 这种说法虽有失偏颇 但地区间发展不平衡确使服务业在各地比例差距加大。

5、服务业社会化程度很低。（后面还将提到）

以上所列五条除理论认识、行政干预、管理水平等因素外 还有历史、社会、文化诸多制约因素 因此需要综合治理，长远策划。非一朝一夕能立见改观。

西方管理学界的木桶理论已被许多人接受并加以引证。一只木桶装水多少并不取决于最高一根木板的高度，而是取决最低一根木板的高度。在产业发展趋势上 任何一个决策的失误 都可能使产业发展脱离正确的方向 甚至使以往多日的努力付诸东流，如同经营多年的林木经不住疏忽引来的大火一样。天下公关第一人王力在《敢于说我》一书中提到 如将木桶倾斜。将会多盛一些水。看你动没动脑筋 在市场体系不健全 宏观环境不能改变的条件下 各服务行业开动脑筋 集思广议 还是可以为产业发展做出自己的贡献的 为存在问题的解决想出点子来的。

二、城乡建立社会化综合服务体系迫在眉睫

1、新形势下新特点

随着商业服务的发展 行业增加拓宽了服务领域 同时产生了一些新特点。

(1) 商业服务行业细分化

市场体系建立导致市场细分化，而服务行业也呈现多门类多层次的发展趋势，城乡地区除原有的传统行业如广播电视、卫生医疗、电影业、服务业外，又增添了新兴行业，如邮电通讯服务、音像经营播放、新开发区旅游服务、信息、咨询业。其中信息、咨询业已成为现代商品经济的支柱产业。

(2) 服务内容多样化

由于现代生活节奏加快，人们追求高效率，服务的内容便自然深入到社会生活各个层面。人们的衣食住行，婚丧嫁娶，直到城市环境治理，都可找到相关的服务行业。如烤鸭送货上门、皮衣清洗修补、计时房屋打扫、居室装潢设计；一日五游预售、健美减肥咨询、录相光盘租借、康复保健治疗、紧急中心呼叫、新潮家具展销、电脑英文打字、计程出租搭乘、春秋特价书市……项目增加，服务内容将越反映出现代都市人的物质精神需求。

(3) 服务品质全优化

改革开放前，服务行业档次不多，如理发店分男部、女部，男部理发不过是理发、剃头、刮脸、修边、吹风洗头几个环节，而改革开放以来，理发店越来越少，而广东、上海美容美发人员大举北伐，发廊、发院、发厅、发屋如出土竹笋，而计划体制下福利性的理发业结束了。人可以分为两个档次，少数人可以优质化，用外国香水，剪新潮发型。同时，旧时剃头业中桥头挑子又出现在路边树下。形成新景观，但这毕竟是过渡时期的返璞归真，作为国际大都市，街头摊群不会长久存在下去，人们需求还会逐步提升，达到优质化。

2、发展策略与重点

(1) 发展战略：

以科技信息、咨询等智力服务为先导；

以生产、生活服务为主体；

以传统行业和新兴行业为构建框架；

以建立农业服务体系、公用发展事业和邮政服务业、社会家庭服务业和旅游服务业为重点。

(2) 重点服务行业包含内容：

为农业服务除生产资料、科技服务下乡外，农产品要能及时运往城乡农贸市场，减少中间周转环节，简办手续。

公用、邮政服务包括城市公共交通，加快城市主干道网和快行道，道路建设、控制废气排放总量、环境综合治理、电话扩大普及率、电路和邮路传递快捷基本畅通等。

社会家庭服务包括饮食服务、浴池理发、修理、家庭劳务服务以及文娱、医疗、人托养老等社区服务。

旅游服务包括旅游交通、旅行社、旅行商业、旅游餐饮、旅游娱乐等综合产业体系。

(3) 商业、饮食、居民服务业网点、人员目标。

目标预测表

单位：万

	1990年		2000年			
	网点	人员	网点	+%	人员	+%
商业	909.4	2948.5	1193	+13.2	3446	+16
饮食	151.5	414.8	214	+41	588	+41.7
服务	163.9	402.7	223	+36	567	+41

(参见 1992 年国务院批转国家体改委体制改革要点)

三、跨世纪前景展望

中国与外国的专家学者群中有很大一部分认为：21 世纪将是中国的世纪。这种说法有一定的道理。因为改革开放 10 多年来，没有一个国家能保持年递增 9.8% 的经济增长速度，同期美国为年递增 2.7% 差距是 7 个百分点。如果能在未来维持这个差距，2030 年生产规模将超过美国。所以要把中国自己的事情办好。

现将中国科学院国情研究小组 4 号报告中的两个图表转载如下：

表 1、2020 年中国三大产业结构预测。

项目 \ 年	类别 GDP(亿元、1990 年价)			构成(%)		
	1990 年 实际	2000 年 预测	2020 年 预测	1990 年 实际	2000 年 预测	2020 年 预测
国民生产总值	17.681	43.024	182721	100	100	100
其中						
第一产业	5017	6964	13.397	28.4	16.2	7.3
第二产业	7717	22180	82910	43.6	51.5	45.6
其中						
工业	6858	19228	67776	38.8	44.7	37.1
建筑业	859	2952	15134	4.8	6.8	8.3
第三产业	4947	13885	86414	28	32.3	47.3

产业结构变化呈现两个特点

前 10 年左右产业获得迅猛发展，其年平均增长速度超过三产。

后 20 年左右第三产业发展迅速，其速度大大超过 1、2 产业，它在 GDP 中比例迅速上升，而第一、二产业比重则下降。

表 2 1990 年—2020 年就业结构变动趋势

年 份	社会劳动者人数(亿人)				结构(%)		
	合计	一产	二产	三产	一产	二产	三产
1990	5.67	3.4	1.22	1.05	60.0	21.4	18.6
2000	6.81	3.16	1.98	1.67	46.4	29.0	24.6
2020	8.40	1.88	2.42	4.10	22.4	28.8	48.8

农业占有劳动力数量减少，农业劳动力在 2000 年降至 46.4，2000—2020 年降至 22.4 主要向第三产业流动。

1990—2000 年二产人数由 21.4—29，以后 20 年趋向稳定

三产人数迅速增加至 2020 年将成为近半数人从事第三产业。

未来发展过程中，第三产业将形成三大发展趋势，即产业化、社会化、体系化（也可称网络化）。

产业化——由于市场体制刚刚确立，服务业尚未形成与农业、工业并列的产业体系，正处于向产业化过渡的创业阶段。出现了不平衡现象。商业、饮食、服务、运输等已实行产业化管理而房地产业、医疗卫生业还属于半经济核算，需要国家或企业给予财政补贴。银行、保险、物资供应等行业部门虽然实行产业化管理，但行政机关的色彩很浓，有些依附于企业、事业单位自我服务，不对社会开放，除少数不宜实施产业化管理外，服务业都应以独立法人的地位实行产业化管理，自负盈亏，自主经营。

社会化——一些企、事业单位、机关团体自办福利性设施，搞小而全，设备利用率极低是人、财、物的极大浪费，同时，