

# 论现代服务业在经济发展中的重要作用

黄国雄

2012-4-10 9:37:03 来源:《商业时代》 2011 年第 35 期

内容摘要:“在当代中国,坚持发展是硬道理的本质要求就是坚持科学发展”是未来的中国经济发展的基本方向。坚持科学发展的核心和重点,就是要以转变发展方式为主线,重视产业结构的调整,促进产业结构更加协调合理,经济得以持续、稳定、均衡发展。只有发挥现代服务业在国民经济运行中的润滑剂、离合器和催化素的作用,才能达到发展三产、提升一产、深化二产的目的,使产业结构更加合理、更加协调;才能加快科技进步和创新,推进资源节约型和环境友好型的社会建设,提高群众的生活水平和改善群众的生活质量,营造舒适、和谐、生态的生活环境。基于此,本文就现代服务业在经济发展中所发挥的作用进行了探讨,认为对于我国来说,现代服务业是基础产业,强国产业,富民产业,发展现代服务业是商贸系统实施转变发展方式、调整发展战略的一项重大措施。

关键词:服务业,基础产业,强国产业,富民产业

## 引言

胡锦涛总书记在庆祝中国共产党成立 90 周年大会上讲话中指出:“在当代中国,坚持发展是硬道理的本质要求就是坚持科学发展”。这既是对开放改革三十年的高度总结,也是为未来的中国经济发展指出了基本方向。坚持科学发展的核心和重点,就是要以转变发展方式为主线,重视产业结构的调整,促进产业结构更加协调合理,经济得以持续、稳定、均衡发展。只有发挥现代服务业在国民经济运行中的润滑剂、离合器和催化素的作用,才能达到发展三产、提升一产、深化二产的目的,使产业结构更加合理、更加协调;才能加快科技进步和创新,

推进资源节约型和环境友好型的社会建设，提高群众的生活水平和改善群众的生活质量，营造舒适、和谐、生态的生活环境。

### 服务业是基础产业

服务业是基础产业，这是服务业的本质和多功能所决定的：

第一，它是社会存在的基础，没有服务业，就没有生气和活力，失去了城市的魅力和生活的乐趣，也失去对经济运行的管理和监督，良好的社会秩序也无法建立起来；

第二，它是国民经济运行的基础，不仅为产品提供市场、更重要是借助服务让商品走进市场、走向全国，促进地区之间、国与国之间的经济交流、促进，国民经济各部门的分工和合作，实现合作共赢、协调和可持续发展；

第三，它是城市生活的基础，是城市活力和竞争力的具体表现，城市之间的竞争，不仅表现为生产能力的竞争，不是按 GDP 排位，而更集中表现服务能力的对比，表现为服务能力、服务水平和质量之间的竞争；

第四，它是宜居生活的基础，通过提供商品和服务，营造平等交换的社会关系，营造和谐生活环境，才能达到保障和改善民生的目的；

第五，特别是现代服务业，它已成为现代化生产和现代化生活的标志和内容，未来的竞争，不取决于产品的竞争，而取决于服务业发展水平的竞争，它可以促使现有产品更新换代，而且还会推进创新和发明，创造更多适应现代生产和生活



需要的新产品，没有现代服务业就没有现代化生产和现代化生活。

### 服务是创造价值的产业

服务不仅实现产品价值，创造价值，而且是创造社会价值的产业。如果说生产创造产品价值，满足消费的专一需求，而服务业创造的是社会价值，它创造的是公共产品、公益事业、公共福利，惠及社会、收益于所有的群众。传统的观念：生产是硬产品、服务是软产品，产品创造价值，服务是不直接创造价值的。事实证明，这种观念是狭隘的、陈旧的、落后的。服务创造的价值，不仅表现在单一的，专业的服务上，更多的表现为服务的社会化、服务的公益化和服务的公共化。它的价值既有单一的，也有社会的；既有现实的，也有未来的；既有显在的，也有潜在的，它的效果是社会性、潜在性和不可预测性，例如文化教育、卫生医疗、社会福利、金融保险等，收益的不仅是参与者的本人，而且还关系到未来社会健康、协调、稳定发展的大问题，完全是全局性的，社会性的和长期性的。要以战略的眼光对待现代服务业的发展，不要把它作为一产、二产的附属，处于可有可无的地位。生产发展到一定阶段，市场也成为决定因素，服务业就成为生产发展的瓶颈。直接制约着生产的发展，生产水平的提高，制约着生产的规模和效益。

生产的扩大，是按数学级数，可以通过扩大供应范围，增加产品数量，促进社会供求的平衡。而服务业的发展，是一个几何积数，它可以改变观念，提高素质，促进发明，产生连锁效应、规模效应，影响是潜在、未来、长期的。

### 服务业是强国的产业

在国际市场上，国与国之间的竞争，表面上是产品的竞争，是企业之间的竞

争，是争夺市场的竞争，而实质上它是现代服务业发展的竞争。从生产大国走向生产强国，从贸易大国走向贸易强国，其关键不在生产本身的发展和产量的提高，而是现代服务业发达的程度，据世界银行统计，2008 年世界服务业增加值占 GDP 的比重，平均达到 70.2%，高收入国家或地区达到 73.5%，而我国只有 43.4%，低于世界平均水平 26 个百分点，比下中等收入的国家、地区还低三个百分点。世界发达国家所走的道路告诉我们，没有服务业的支撑，成不了强国，生产立国、服务强国，从生产大国到经济强国，都要经历经济发展方式的转变过程，从生产起步，从发展生产着手，奠定一定的物质基础，提供丰富的产品，走进生产大国的行列，但要成为生产强国，必须借助服务业的发展，借助贸易、借助营销、借助市场的开拓，才能成为经济的强国。没有现代服务业的发展既不能创新，也没有发明，既无法实现产品的价值，也谈不上提高产品的附加值；更不能实现产品服务双出口。我国虽然是出口大国，但服务贸易只占对外贸易的 11.5%，与英国的 32.1%，美国的 23.2%，德国的 18.9%，法国的 20.5%还有很大的差距。特别在出口额中的服务贸易的比重仅占世界服务贸易总额的 3.8%。还有很长的路要走。没有现代服务业的支撑，中国很难实现经济强国的梦想。

### 现代服务业是跨越中等收入陷阱的跳板

世界上存在着“中等收入陷阱”的现象，但它不是一个不可逾越的鸿沟。“中等收入陷阱”是世界银行经济学家提出的概念，是指人均 GDP 达到中等水平，即 3000-5000 美元之间，经济发展进入停滞徘徊阶段，要经过较长时间努力才能摆脱困难，进入新的发展时期。日本做得最好花了十二年，其它不少国家都处于长期徘徊阶段。中国人均 GDP2010 年达到 4400 美元的门槛，“十二”五规划以增幅调整为 7%，是否会进入“中等收入陷阱”，这种现象值得我们重视，既不要观望、消极等待，也要不迷信，借鉴国际经验，转变发展方式，以较短的



时间实现，避免或跨越，继续保持经济的持续发展，这是完成有可能的。

改革初期我国实施赶超战略，充分利用劳动、资源优势，用较短时间，缩短与世界强国的距离，这是正确的，也是必要的。但是，从长远发展来看，我们要跨越“中等收入陷阱”，既不能拼资源，也不能拼劳力，而要依靠技术创新和现代服务业的发展。技术创新，促进原材料的节约，新材料的应用，提高效益，降低成本。而现代服务业的发展，不仅有助于劳动者素质的提高，产品质量的改善，市场的扩大和开拓。同时，开拓新的服务领域，可以增加服务产品的出口，提高服务贸易在进出口的比重，以保持国民经济有效的增长和加强国际贸易中的优势地位，保证产品和服务双增长，就能借助服务业的发展为跳板，跨越“陷阱”，实现国民经济新的飞跃。

### 服务业是富民产业

服务业是一项实实在在的民生工程，第一，服务业集聚了大量的劳动力，是一支庞大的就业大军，三产就业人数大大超过二产就业人数，仅商务部归口行业，就业人数达1亿，加上厂矿营销人数，总数在1.2亿以上，他们工资收入关系到4亿群众收入和生活水平。第二，三产GDP在我国当前虽只占43%，它创造了17-18万亿美元的财富，2010年仅居民休闲消费就达2.19万亿，相当于社会消费品零售总额的14.2%，相当于GDP5.51%，餐饮消费、旅游消费1.25万亿元，具有巨大潜力的庞大市场。第三，是城市化必要的选择，特别是由于商业服务业进入门槛低，投入成本少，技术要求不高，在扩大城市人口比重，实施农业人口进入城市就业中，商业服务业是最佳的选择。第四，服务业作为富民优民的产业，重在打造舒适的生活环境和周到的生活服务，不仅是现代居民生活内容的延伸，素质的提高，还解决了许多社会福利无法解决的社会问题，包括家政、婚丧喜庆、

托儿养老、送餐代购等。第五，服务业，特别是现代服务业，包括文化、教育、科技、各种类型的培训等都立足于引进现代科学文化，传承优秀传统文化，传授技巧技能，在于不断提高就业人员的素质、文化修养。

### 加快商贸业转变发展方式

可以说，发展现代服务业是商贸系统实施转变发展方式、调整发展战略的一项重大措施。卖商品、也卖服务这是现代商业经营的特点，实现商品价值的同时，实现服务价值。在商品丰富的时代，市场表现为商品同质化、经营雷同化，竞争白热化，市场竞争更集中表现为服务理念，服务质量和 service 方式的发展，表现在购物环境、购物安全和购物感受的竞争，一句话店不在大、楼不在高、路不在宽、货不在多，有情则灵，有特则行，有客则旺，有信则兴。

取决服务、决胜服务。第一，从国情出发，体现市情、反映民情、突出亲情、以人为本，把顾客当亲人、视亲友，真情以待，尽心尽责，尊重人格，维护人权，给顾客以自信欢悦的体验，购不购物，都能做到零遗憾，留下美好的回忆。第二，特色就是魅力，就是竞争力，是无形的资产。它从经营理念、营销策略、商品结构、卖场布局等方面，显示企业的内在素质和外在竞争力，体现市场的繁荣、城市的兴旺。第三，零售企业所有的行为，都应该以顾客为中心。创造良好的购物环境，从小做起，从细节做起，一起都为了吸引和留住顾客，达到提高客单量的目的，留住顾客，有了人气，才能集聚商气，实现财气的目的。第四，购物无风险是顾客一致的诉求，“诚招千里客，信得万人心”，诚信是无形资产，是商业企业留住顾客的前提条件、是促进和改善厂商关系的前提。

### 现代服务业是一个系统工程



现代服务业是一个系统工程，既有社会服务，也有家庭服务，既有生产服务，也有生活服务，既有公共服务，也有个人服务，既有低档次服务，也有高层次服务。整个服务体系可以说支撑着社会生活和生产的正常运行。归纳起来可以有以下十类体系：

第一，购销服务体系：包括批发零售、代购、代售、代存、代运、代理、中介、信托和拍卖。通过不同形式的服务，促进商品成交和价值的实现；

第二，信息咨询服务体系：包括信息搜集和交换，会计审计，调查咨询，产品设计、营销策划，商品广告等，直接为生产服务，构成生产必要的环节；

第三，金融服务体系：包括金融、保险、投资、保理、典当、融资，股票和期货，以货币流通为主要手段，保证生产和生活的正常进行；

第四，社区服务体系：包括家庭护理，如保姆、护工，搬家、装修、保洁、代购、代缴、送餐和婚丧喜庆的办理，以实现家务劳动的专业化、社会化；

第五，社会公共服务体系：包括供电、供水、供气、铁路、海运、空运、公共交通和物流配送等，关系到公共生活、运输等基础设施；

第六，加工、维修服务体系：包括农产品的粗加工和深加工，以及为生活服务的定制、定做，来料加工等，以及家电、家具、器具和房屋的维修和维护；

第七，饭店、餐饮、旅游服务体系：包括宾馆、饭店、旅游、度假、野外生

活用品等；

第八，娱乐健身服务体系：包括休闲、健身、美容、美体、洗浴、按摩、足疗等；

第九，旅游、野外生活服务体系：包括旅游、度假、住宿和野外生活服务及其用品供应；

第十，以提高素质、扩大知识的各类学习、培训、家教服务体系。